

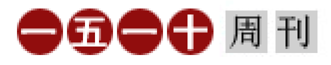
【编者的话】

星巴克又遭抗议。10 月中旬，这家全球第一的咖啡连锁正式进驻香港中文大学，但当即遭遇学生的“反 Starbucks”行动。

此番行动与此前发生在大陆的抗议星巴克在故宫和灵隐寺开设门店不同，指向的并不是所谓文化侵略问题，而是“公平贸易”问题——售价 30 元一杯的星巴克咖啡，原产地的种植农能得到多少收入？答案是不到产品价格的十分之一。这正是问题所在。

本期 1510 周刊，我们关注“公平贸易”。





一五一十周刊 81 期——一杯咖啡里的公平贸易

在经济全球化的今天，发达的国际贸易并没有给原材料生产地的小农带去生活条件的改善，Heuss Wu 的文章为我们呈现这样一种现状：尽管只能得到微薄的收入，但在全球市场咖啡价格降低的情况下，迫于生活，咖啡种植农仍然在烈日下挥汗不止地帮跨国大企业摘取一颗颗艳红如血的咖啡樱桃。正是为了反对上述国际贸易中种植农受到剥削的状况，香港中文大学学生会发出了反对 Starbucks 声明。

从埃塞俄比亚的种植农到最后消费者手上的咖啡成品，要经历至少 150 次转手，在一次次的转手中，咖啡的价格层层上升，经销商赚取高额利润，而位于产业链条最底端的种植农却依然贫困。烈日下艰辛的劳作并没有带给他们应得的回报，远低于合理标准的微薄收入让他们大多数家庭的几代人都与咖啡树和贫穷捆绑在了一起，无法脱离。

哪里有压迫，哪里就有反抗。兴起于 20 世纪 40 年代的"公平贸易"正是对上述状况的"反抗"。公平贸易旨在通过减少产业链中的中间商和跨国大企业对种植农（生产商）的层层剥削，确保发展中国家弱势生产者的收入，改善其贫困状况。曲如晓和赵方荣合作的《公平贸易运动》一文，详细介绍了"公平贸易"的概念、历史以及运作方式等，为我们大致勾勒了出"公平贸易"的全景图。

除了提倡公平贸易，还有没有其他的路径？刘瑜提出了"消费者责任"这个概念，她认为消费者可以做的有很多，比如抵制本国的血汗工厂，抵制某些企业对环境的严重破坏，呼吁改善那些给我们盖房子修马路的民工的生存条件。蔬菜收购价暴跌，滞销席卷各个省份，但消费者并没有享受到"地板价"，中国的农户也面临着贸易中的不公平。羊城晚报记者陈强的《你可以参与公平贸易》一文，为我们呈现了"城乡互助社"以及消费者参与其中（如公平贸易婚礼）的解决路径。英国爱塞克斯大学博士邱花妹则提倡"伦理消费"，她认为每个普通人在进行消费时，可以主动选择购买"公平贸易"产品，用消费展现价值观。

影像比文字更具说服力，在周刊的最后一部分，我们为大家推荐两部纪录片，《黑金》（Black Gold）和《中国蓝》（China Blue）。前者反映了咖啡产业中种植农们受到的不公平待遇，后者则反映了中国劳工辛苦工作，制作高价产品输往欧美，自己却仍然贫困的现状。



作为普通的消费者，对于产业链中的剥削和不公平也许无能为力，但是在全球化的今天，我们每个人其实都与原产地的小农紧密相连，你做出的每一个消费选择，或许都将影响他们的收入。实现公平贸易，道阻且长，但我们可以一起努力。

1510 周刊由“我在中国”（Co-China）论坛志愿者团队制作，每周出版一期，通过网络发布，所有非一五一十部落的文章均经过作者或首发媒体的授权，期待大家的关注和建议。



目录

在 Facebook 分享本期周刊

在 Twitter 分享本期周刊

在饭否分享本期周刊

在新浪微博分享本期周刊

在网易微博分享本期周刊

在腾讯微博分享本期周刊

在搜狐微博分享本期周刊

在人人网分享本期周刊

在 QQ 空间分享本期周刊

在豆瓣分享本期周刊



【反】

6-1 Heuss Wu：随着咖啡饮下的良知(Ethics in your Coffee Cup)

“谷贱伤农，像是把利刃，不仅划伤小农，也穿刺到其下帮农的女工、失学的童工。他们迫于生活，只能领着远低于合理标准的微薄工资，在烈日下挥汗不止地帮跨国大企业，摘取一颗颗艳红如血的咖啡樱桃。”

一切得从 11 年前说起！

11 年前发生在巴西的两场大霜害，使得中南美洲、非洲的咖啡贫农们，整整苦撑了近 10 年的寒冬！

1994 年，巴西夺得世界杯冠军的同年，国内遭遇史上规模最大的两次霜害，使得当年的咖啡产量锐降超过 30%。而巴西是世界上咖啡的最大产出国，市场供需立刻失衡，在预期心理及期货掮商的炒作下，咖啡豆的价格立刻从每吨约 1000 美元上下，暴涨到 2400 美元一吨。

全球前四大咖啡经销商：Nestle（雀巢）、Procter & Gamble、Sara Lee 及 Kraft（产品为马克斯韦尔咖啡），因为采取避险措施，先行购入长期的咖啡期货合约，受创不深，至于其他中小型的咖啡培炒商几乎全都不堪亏损，自动从市场上消失。这四大咖啡商，因而接收了更大区块的市占率，其中除了 Nestle 是瑞商外，其余都是美国公司，而美国又是世界上咖啡的最大



进口国。或许你不知道，咖啡是仅次于石油，全球期货市场第二热络的交易商品，经济产值每年高达 2 兆 5000 亿台币（约 5300 亿人民币）以上。

咖啡生豆同时也是世界上最投机的期货合约。

把镜头从南半球拉到北半球的中南半岛。

1993 年 2 月，美国正式对越南解除禁运，越美随即于 1994 年建交，美国同时宣布对越南进口的货物采取一拖拉库的优惠措施。

因着居高不下的咖啡价格，加上越南便宜的土地、廉价的劳工、适宜的气候，马上吸引一堆投机的咖啡商人前进越南抢种咖啡，同时世界银行也巨额贷款给越南政府。后者推动农业改革的种种政策之一，就是鼓励种植当时正好价的经济作物——咖啡。

在种种有利因素的加成作用下，1994 年越南种植咖啡面积仅约为 15 万公顷，但到了 1999 年已经暴增到 50 万公顷。

一般而言，咖啡树生长 2-3 年后就会结果实，4-5 年就可供采摘，之后，每棵树每年可产出约一磅的咖啡豆。

大规模抢种的结果，使得越南在 1999 年（就是 1994 年种的那批刚好开始收成）立刻一跃超越哥伦比亚，成为咖啡第二产出国。平白多出一堆产量，这在需求不变的情形下，当然造成咖啡的价格不断下滑。

不只供需失衡的问题，这事大家炒作得厉害。投机的咖啡期货市场里，一堆秃鹰早就咬住这块肥肉，扯红了眼！

到了 1999 年底，一吨咖啡生豆的国际价格，已经降到 1300 美元左右。前面讲的咖啡四大公司几乎全跑来越南买便宜的豆子，同时还操作两手策略，藉此压低中南美洲、非洲等传统咖啡产出国的生豆收购价格。

不可否认的，经过 1994 年的大洗盘，咖啡交易完完全全是个买方市场！

你或许会质疑他们为何能如此操纵价格？



因为这四大企业，每年几乎买走了全球近二分之一的咖啡生豆量。而中南美洲、非洲的咖啡产出国连年政经情势不稳（加上台湾又放弃了金援外交），一堆都是外债压顶抬不起头，加上咖啡有鲜度期限不能积仓缓销，因此，不得不向他们开出的不合理价格低头。

悲剧还没真正发生。2000 年时气候大好，各咖啡产出国产量大增，咖啡价格更是一口气被砍到 600 多美元一吨.，2001 年至今更降到 500 美元一吨上下（NYBOT Robusta 期货价格），一口气腰斩一半以上，成为 30 年来最低的价格，远低于 600 美元一吨的生产成本。

2002 年，中南美洲约有 100 万咖啡从业人口因此失业，无数家庭随之陷入困境。

越南的咖啡小农因此赚到钱了吗？

据闻，咖啡从生产者手中的生豆，到消费者手中的咖啡饮料，中间约莫有 150 次以上的转手。

越南的咖啡小农，2002 年价格回升时，每公斤的咖啡生豆也仅能卖 40 分美元左右（不到 13 两新台币，换算成一公吨只能卖到 400 美元，而当年的 Robusta 期货价格约在 800 美元一吨上下）。

你知道一公斤的咖啡可以冲出多少杯咖啡吗？

150 杯左右，以一杯最便宜的价格 35 元计算，在台湾就可以卖得超过 5,200 元台币，惶论欧美等物价水平更高的地区。（1 公斤可卖得 5200 元，越南小农却只拿到 13 元）

5200÷13=400，超过 400 倍的中间利润，究竟是谁赚走了？（举个你比较熟悉的例子，产地的菠萝 1 斤收购价约 6 元，你能想象市场上出现 1 斤 2400 元的菠萝吗？）

1994 年到 2002 年，咖啡的价格整整从高峰期的每公吨 2400 美元直直落到 500 美元。你可以回想一下从 1994 年到 2002 间，你喝的咖啡，有变得比较便宜吗？别的我不说，星巴克就没降过价。

虽然这两三年咖啡的价格已温和回升，2004 年底甚至还有一波大涨幅，但多数的咖啡小农早就不堪亏损，2001 年就都把咖啡树给砍了，换作果树或玉米。



穀贱伤农，像是把利刃，不仅划伤小农，也穿刺到其下帮农的女工、失学的童工。他们迫于生活，只能领着远低于合理标准的微薄工资，在烈日下挥汗不止地帮跨国大企业，摘取一颗颗艳红如血的咖啡樱桃。

小农收入减少，只好多辟土地种更多的咖啡树，咖啡产量自然不断攀升，供多于需，单位价格当然不断下滑。小农为了维持生计，只好再种更多的咖啡树……更多的农地，同时也意味着需要更多的劳动力，加上平均家庭收入减少，童工的年龄也随之不断降低，越来越多的孩子失学在家帮忙农事……

这是结构性的恶性循环，从 1997 年就在中南美洲、非洲等咖啡产地不断上演迄今。

每天，你在星巴克喝的咖啡、用热水冲开的 3 合 1 咖啡、拉开拉环仰头一口饮下的罐装咖啡里，都参杂了地球彼端某个家庭的心酸血泪。

这世界有个神奇的机制，当大多数的人都盲目的时候，总会有人张开清明的眼睛。

英国最大的 NPO“牛津乐施会”（The Oxford Committee for Famine Relief，简称 Oxfam），1942 年创立于英国，其宗旨是人道援助全球饥荒贫穷地区。

Oxfam 在 2002 年的“Mugged: Poverty in your Coffee Cup”（咖啡杯中的贫穷）年度报告中，首度痛批以 Nestle 为首的全球四大咖啡经销企业，只顾赚取高额的利润，剥削贫国的 2500 万名咖啡小农，造成千万计的家庭陷入赤贫，无数的小孩失学。

Oxfam 随后并沉痛地期许消费大众，能够善用“消费力量”，抵制四大咖啡经销商及美商星巴克咖啡，不要买那些“制造贫穷、用低于生活所需的劳资剥削小农及童工、使用有害杀虫剂等不公平交易手段贩卖的咖啡”（公共传媒则多把矛头指向星巴克咖啡，谁叫他们不断发表亮眼的获利数字，刺痛英国人的心）。

Oxfam 于是发起“咖啡公平交易运动”，与洪都拉斯、尼加拉瓜、印度尼西亚等咖啡产出国当地成立的“咖啡公平交易合作社”共同推动，自当地直接进口在公平交易环境下采购的咖啡豆，强调“产地到杯”（field-to-cup），减少中间剥削，并呼吁人们不要购买没有“公平交易卷标”的农产品。



这个运动在英国引起相当大的回响。

2003 年英国 Oxfam 的“公平交易”咖啡豆，总共卖出了 2083 公吨，使得与之合作的中南美洲、非洲的“咖啡公平交易合作社”累积了相当的资金。

据 BBC 的报导，2004 年 Oxfam 更在执行长 Chris Coe 主导下，决定进军英国连锁咖啡店市场，成立名为“Progreso”的咖啡连锁店。各地的“咖啡公平交易合作社”以其自有资金投资，占有“Progreso”25%的股份（Oxfam 拥有 50%，以便维持主导权），将与 Starbucks 与 Costa 等大型咖啡连锁企业短兵相接、直接竞争，在销售端为生产者争取更大的利润，预计在 2004 年底开 3 家，2007 年要扩展到全英国 20 家的规模（截自目前为止已经开了 4 家）。

尽管许多专家认为 Oxfam 过于乐观，但 Chris Coe 认为，他们开店的重点不在直接与这些跨国企业对抗，他们要做的是提供一个不同的选择，让消费者有机会展现他们的良知，给这些咖啡大企业一些警示。

瑞商雀巢 Nestle 在 2002 年 Oxfam 的报告见报后，随即在 2003 年作出响应，同意将从供应端着手改善，减少层层转购，将采购利润直接回馈到底层的供应者，并在 2003 年也开始贩卖“公平交易”咖啡豆。Kraft、Procter & Gamble 也在 2004 年跟进开始卖“公平交易”咖啡豆，算是给了个简单的交代。

至于因为见店率高，而成为众矢之的星巴克咖啡（Starbucks），在舆论压力及单店营收明显短少下，也在 2003 年跟进在店内贩卖“公平交易”咖啡豆。并在 2004 年提供资金与技术，与大名鼎鼎的“美国国际开发总署”（United States Agency for International Development，简称 USAID）及联合国的“国际保育组织”（Conservation International，简称 CI）一起推动一个名为“咖啡保育联盟”（Conservation Coffee Alliance，简称 CCA）的计划。

这其实不过是星巴克搞的小把戏。

“咖啡保育联盟”（CCA）的主要目的，据说不仅仅是在改善咖啡小农的生计，更进一步要确保环境的保育。初步先在墨西哥、哥斯达黎加与巴拿马进行相关的计划，简单来说就是透过



保证收购价格、提供贷款及技术援助的方式，推动有机保育种植，要求咖啡小农依循农地土壤保育、减少化学肥料及杀虫剂、作物轮作多样适时休耕等绿色耕作形态。

据星巴克的官方说法，至 2004 年底，他们已投入 270 万美元（120 万加 150 万，这其实是 3 年的总经费！）及提供 250 万美元的低利贷款以推动此计划，并对参与“咖啡保育计划”的生产者，以远高于市价 60%-200%的价格收购其有机栽培的咖啡生豆，来证明他们是玩真的。

三年不到三百万美金，好笑，还是三个单位分摊出的（USAID 、 CI 和 Starbucks）。

星巴克今年 2005 年光刚发布的第 3 季盈余就已经超过 1 亿 2000 万美金，270 万这点钱连零头都算不上，根本看不出有什么诚意可言，我认为这纯粹只是可鄙的营销化妆手法。 最可耻的是，那些高价收购的有机咖啡豆，在美国国内也是以高出一般咖啡豆价格的 60%-200%在其店内贩卖，说到底还是消费者帮星巴克出了钱作了人情。

可怜的美国人还沾沾自喜他们的星巴克是绿色模范企业！

“咖啡公平交易运动”在英国算是相当成功，不仅建立了良善的事业，还是个有趣的社会实验！

整个“公平交易运动”其实是建立在所谓的良知消费（Ethical Consumerism）上，我看见消费力量违背经济的理性、却顺从良知地主导了一些改变，最初是 Oxfam 以其持续人道关怀的立场，唤醒了消费者内心的良知（道德感），驱使他们用消费选择的权力，表达出他们对企业剥削咖啡贫农这事的评断。

市场供需后面那只看不见的大手，竟然没有去夹那孤立无援的贫农娃娃，这有点诡异是吧？“人道关怀”约制了人的贪念，让人们愿意牺牲少许的金钱，成就一个想法。

已经失意许久的马克思（Karl Marx）曾经认为，人类巨大的理性，终究能控制市场那只看不见的大手，让劳动的价值公平地分配。这样的理想，竟意外的在 21 世纪的英国演出半套。

说半套是有原因的。



即使面对着“人道关怀和道德良知”的大纛，我仍不禁想举手发问，如果说过去因着中间商150 次以上的转手，从中剥削走巨额的利润，如今从“产地到杯”(field-to-cup)，怎么反而卖得还比较贵？或是一样贵？

若真说要公平分配利润，应该要有部份回归到消费者这端吧！如此，不是更能提供持续消费的诱因。

利润一丁点都不分配给消费者的理由是什么？是为了完全真实回归到生产者吗？还是因为矫枉必须过正，否则无以竟其功吗？不管基于何理由，结论是必须惩罚消费者，要他们从口袋多拿出点钱买这些贴有“公平交易卷标”的良心作物。

想当然耳，当地的咖啡产销合作社理所当然会取走经手的利润，会不会到最后，我们的美意，结果反而是扶植起这些土财团，将剥削贫农的权柄交到他们的手上。

这些开发中国家的民间组织，自律能力会比跨国企业好吗？我们更能够监督到他们的交易进行吗？

让不纯正的产出者（是合作社而非小农本身）摇身一变成为资本家，就能解决剥削的问题吗？还是只是提供机会，让他们串连成新的剥削链，更容易与当地不清廉政府结合成新剥削阶层，Oxfam 的人道关怀能有效防堵这些可能吗？

关于这点，我是悲观的。

众所皆知整个《公平交易认证组织》（Fair trade Labeling Organizations，简称 FLO）

不只是针对咖啡一项作物，还包括茶、香蕉、蜂蜜、橙子、玉米等。这个运动是在 1997 年 4 月主要由 Oxfam、CAFOD、Christian Aid、New Consumer、Tradecraft，还有全球发展运动组织（World Development Movement，简称 WDM），总共 6 个 NPO 发起的。为何 Oxfam 力倡要开咖啡连锁店“Progreso”的时候，大伙全闪了，只剩他一家独撑大旗。其他 NPO 不再为“Progreso”背书，我想主要原因就是为了“避免商业化过深”。虽然 Oxfam 信誓旦旦他们不会展店过多，大多数的销售点会与现有的书店、唱片行异业结盟，采复合式经营，但开店总要雇用员工吧！总要将本求利吧！



募款是一回事，大规模开店又是另一回事，特别是 Oxfam 本身还执握着认证的权利，我以为"追求利润导向"的商业模式终将与公益团体公正验证的角色相冲突！

果不其然，据悉 Nestle、Kraft 及星巴克都已经决定在 2005 年，推出各自验证的新品牌公平交易咖啡，其中星巴克的新验证名称为"咖啡与咖啡农平等"验证(Coffee and Farmer Equity，简称 CAFE)，大有你 Oxfam 可以自己验证、自己卖咖啡，我们为何不行的意味，这样下去，全世界的咖啡可能在一夕之间全都变成公平交易咖啡，全都是良知咖啡，所有的咖啡小农一夕之间全都欢欣鼓舞了起来！

真是见鬼了。

当雀巢跟星巴克也都开始卖"公平交易咖啡豆"时，Oxfam 也卖，他们卖得贵，Oxfam 也不便宜，他们用这个赚钱，Oxfam 也用这个赚钱。眼前的情形是，虽然我知道两者都在赚我的钱，而我总是用良心去选择 Oxfam，我愿意把钱给他们赚。

这样莫名热情的良知会不会跟石油一样有一天终将耗尽，时间一久消费者也会有天突然梦醒觉悟说，都让你们拿回利润这么久了，怎么每一个人都还是苦哈哈的，小孩也都还要上田帮工……

在这个运动中，搞 Marketing 的人最高兴，因为他们发现"人道关怀"也许将成为新世纪最大的卖点，谁能将"人道关怀"包装得漂亮，将市场供需双方可容忍的牺牲额度推到边际，并形式上引向公平正义的实现。 谁就能掌握营销的权柄，随心所欲地操控那只巨手！

至于像前面说的星巴克大爷那种百牛施舍一根毛，不情不愿的包装公关手法，只是个笑话罢了！

几个月前，我在台中欧舍咖啡（我买豆子的首选）美娟的推荐下，买了支"秘鲁薇拉力卡高山庄园豆"（Peru Villa Rica estate Gourmet），是产于秘鲁恰恰玛悠山区（Chanchamayo）的 Typica 老种，强调是有机栽培，直觉以为有机的东西应该较贵，没想到价格竟出乎我意料的便宜，1 磅烘好的熟豆只卖 300 元，300 元！几乎是其他精品庄园豆半磅的价格。

我驽钝至极，一时间竟苦思不解其中奥妙。



问了之后才明白，秘鲁咖啡豆之所以采用有机栽种，完全不是因为我们熟识的保育目的、市场健康取向，只是因为秘鲁的农民太穷了，根本就没钱买肥料、农药来用，只能放任咖啡树自然生长，偶尔用些天然堆肥。常常还因为实在太穷了，买不起骡子背送到山下卖掉，咖啡樱桃收成日晒磨皮成豆后，只能放在仓库角落等人来买，运气好卖掉才有钱，运气不好，就只能堆到咖啡树下当肥料。

回来，冲着新鲜的豆子，啜饮着上扬的果实香气、明亮的酸甜味，我上网 survey 看到了 Oxfam 的“公平交易计划”，虽然稍微乱入了一下，但还是真心希望这是个能永续发展的计划。岛内少看到相关资料，特地胡诌了这篇，让那些相信世界会更美好的人，能多个想念。

后记：几天前，我嘴馋又跟美娟买了一支萨尔瓦多（El Salvador）今年“Q-auction”第 3 名的“Las Victorias 庄园”波旁亚种豆（Bourbon Arabica），因烘培的问题，现在寄回去欧舍处理中，等改天冲煮时深吸到直冲脑门的柑橘香气时，再来写篇关于著名的美国胡萝卜组织“国际开发总署”（USAID）与咖啡“Q-auction”计划间爱欲纠葛的故事，如果觉得这些太无趣，还请响应出个声，我就乖乖闭上嘴，惦惦喝我的咖啡去。

补充：关于 Ethical Consumerism 我翻译成“良知消费运动”，可大部分都翻成“伦理消费运动”，这部分我就不更动了。呵，比较起来拙文显然识见狭隘许多，大家都谈全球化、谈生产关系，而我只是尝试去梳理出一个历史脉络，专业、深度不足还请别太苛求。

公平交易运动可以说是肇始咖啡价格大跌，使得小农的生计陷入困境，才由 NPO/NGO 等团体发起再扩及其他的作物，但其实咖啡的暴涨暴跌不是因为近来的全球化加剧才开始的，这是一场漫长又没人关心的富国对穷国的掠夺战争。

咖啡期货的暴涨暴跌在历史上可以说是常态，1917-1918 年间甚至还发生过在几个月内暴涨 4 倍，随后又跌到起涨前一半不到的价钱！总的来说，跌幅常常是深又长，涨幅总是短又高，史上几次大跌，价格回升都十分缓慢，那是因为几个咖啡产出国共同协议减产、减少输出后，总是会有人偷偷倒货（这次是越南），跌的时间一长，小农就只能等着背上更多的负债、等着破产。至于涨的时候，因为咖啡在欧美几乎是民生必需品，一涨前五大进口国（美、德、

日、法、义）就开始机机歪歪，所以大多是来几个突峰（大多数是因为气候产量锐减）就又下去了，农民根本没机会赚到，都是掮商及期货投机客赚走了。

（Heuss wu，知名博主。原文链接：http://blog.roodo.com/heuss/archives/414882.html）

【返回目录】



6-2 香港中文大学学生会：反对 Starbucks 进驻中大声明

“为了维护多元选择、捍卫中大人文精神，尽力避免大型连锁集团在校内经营是中大学生会的一贯立场。我们反对剥削咖啡农、恶意打击竞争对手的 Starbucks 在中大出现。”

昨天，位于善衡书院，美心集团旗下，有售卖 Starbucks 咖啡的 Petit Café 开业。为了维护多元选择、捍卫中大人文精神，尽力避免大型连锁集团在校内经营是中大学生会的一贯立场。我们反对剥削咖啡农、恶意打击竞争对手的 Starbucks 在中大出现。咖啡店于善衡书院范围内开设，善衡同学亦就此表达过支持。基于尊重书院联邦制的精神，我们无意干预同学的自主决定，而我们有需要对同学的疑问及误解作出澄清。我们重申，讨论的焦点应集中于“Starbucks 咖啡是否应该于中大校园内出现”，而以下的文章，相信可以将误解释除，在一个相对立体的平台上继续进行讨论。

中大学生会并非“忽然反对”

近日，有人在 Facebook 上发表批评善衡咖啡店的言论，引来包括善衡学生会及本会干事讨论，善衡学生会随即发表声明（见附件），抨击中大学生会在咖啡店开设事宜处理不当。为释除同学对我们行动的误解，我们有需要先作澄清。

善衡咖啡店与善衡饭堂现时均由美心集团承办，合约在去年签订。在去年底，去届善衡和中大学生会已就咖啡店问题作沟通。当时善衡学生会并未就咖啡店问题表态，但就代为向善衡院方查问信息，当时院方答复为该咖啡店不会以 Starbucks 品牌出现，亦未必会售卖 Starbucks 咖啡（按：美心集团拥有 Starbucks 在香港的经营权）。由于当时咖啡店未有时间表



和落实的消息，加上在书院事务上我们尊重书院学生会的决定，因此中大学生会的行动暂告一段落。

直至今年 8 月 7 日，善衡院方正式向同学发出电邮，指 Petit Café （Petit Café 亦属美心集团）将会在善衡开设，并可售卖 Starbucks 咖啡，给予一星期时间咨询。中大学生会干事会和学生报知悉事件，随即联络善衡学生会。在咨询期完结前的 8 月 11 日（而非 8 月 15 日），双方进行会面，会议上达成初步共识，善衡学生会将举办咨询会，向同学呈现星巴克相关资料，供同学深思熟虑后再作咨询，善衡学生会亦同意若中大学生会希望进行宣传，会尽量配合。本会会长亦在会上表示，本会反对咖啡店售卖 Starbucks 产品，而非如善衡学生会所指对此没有意见。两会所同意的是，九月讨论的方向可以是不用 Starbucks 商号及产品、或弃用 Starbucks 咖啡豆。

会议当日，中大学生报亦提供相关资料予善衡学生会，并表示如有更多资料，将尽快交予善衡学生会。9 月 9 日，善衡学生会宣布会在 12 日举行意见交流会，及不记名意见调查，提供 4 个选择予同学作意向调查。本会次日收到交流会的邀请，唯时间仓促加上正筹备 911 罢课集会，未能进一步提供有关 Starbucks 的资料。意向调查在 13 和 14 日进行。

善衡书院学生会批评本会到咖啡店正式开业时才采取行动反对，乃不负责任的做法。本会澄清，本会自去年开始一直有跟进咖啡店事宜，在过去两个月亦有就此积极与善衡学生会联络；而我们在今月 8 日晚上收到善衡学生会对中央三庄（干事会、学生报、电台）邀请，于 10 号举行会议。但由于中央三庄代表未能共同出席会议，因此回复会议需要改期，唯被指成“拒绝面谈”。对于善衡学生会的指责，实在感到莫名其妙。我们重申，我们无意针对善衡书院学生会或追究责任，只希望同学间的误解和纷争能及早完结，让大家能重新聚焦在有关咖啡店的讨论上。



为何要反对 Starbucks 进驻？

Starbucks 咖啡近年在全世界造成风潮，现时在全球有约 20,000 间 Starbucks 分店。在“美味咖啡”、“生活态度”背后，对于咖啡原产地的农民的责任，却被推卸得一乾二净。除了有效的市场推广外，其恶意打击竞争对手亦是“成功”要素。透过不断的扩张和并购，务求令大家提起咖啡店就只联想到 Starbucks。

英国权威消费者刊物《Ethical Consumer》对九间连锁咖啡集团进行详尽调查及评分，Starbucks 的评分排第尾。详情可见：http://www.ethicalconsumer.org/buyersguides/drink/coffeeshops.aspx

公平贸易咖啡的迷思

咖啡豆主要由非洲及拉丁美州的农户生产，在采购商面前几无议价能力。公平贸易运动发展的公平贸易标签，协助维护生产者权益，例如确保他们能收取特定底价，保障其生活水平。因此，有公平贸易标签的咖啡，代表在生产过程中咖啡农得到合理待遇，免于利伯维尔场底下大商家的高度剥削。Starbucks 确有出售公平贸易咖啡，但只占其总销售额的数个百份点；又宣称公平贸易咖啡供应不足，实情却是有大量公平贸易咖啡因乏人问津在市场上被迫以低价销售。另外，其自行设立的 C.A.F.E.内部采购标准（亦为中大这间咖啡店采用），与公平贸易标签要求相去甚远（公平贸易咖啡是会订出咖啡底价-floor price，令咖啡农的生活得到基本保障；相反，C.A.F.E.没有底价），也缺乏独立机构监管，却被 Starbucks 用作宣传自己善待农民。



恶意竞争

此外，面对其他咖啡店的竞争，Starbucks 亦是无所不用其极。在美国，Starbucks 于众多主要商厦签约，阻止其他咖啡店开设店铺；又会为了追击对手，在其附近开设数间分店，甚至在对手门外派免费咖啡。Starbucks 有时又会以低于市价对对手进行并购，威胁在旁开分店。以其庞大财力，即使个别分店亏蚀亦无碍其自杀式开分店迫走对手。而星巴克亦有多次恶意辞退工会领袖及参与争与权益的员工，可见他们的霸道。

中大向来持守人文精神，认为大学教育最终要达致对每个个体以及人文价值的关怀。沈校长于上星期亦向传媒表示"大学应讲社会责任及良心"，新教学大楼的社会企业咖啡店即将开业，中大同学与各持份者应该如何向外界解释 Starbucks 在同一时间加入呢？把市场逻辑发挥到极致，显然与中大坚持的传统背道而驰。一杯动辄三十元的咖啡，竟然不包括对基层生产者负责的成本，是不负责任的消费，也是对农民的不尊重。

此外，我们主张多元选择，却无法苟同容许 Starbucks 进驻中大等同保护或促进多元选择。其对同业赶尽杀绝，不但扼杀其他人煮咖啡的机会，消费者亦会遭受失去选择之害。此外，Starbucks 在全球造成风潮，已成为文化现象，同学有很多渠道接触以至光顾 Starbucks。在空间有限的校园里，提倡另类选择，例如在外间按市场逻辑较难生存的社会企业、合作社等，才能开拓同学对消费以至生活的想象。Starbucks 实在不值得在校园里占用一个经营和宣传的空间。

我们的方向



咖啡店是属于每个同学、老师、校方、工友的空间。上述的文章，补充了 Starbucks 的一些信息，以及举出一些选择膳食承办商的准则。各位可以朝这些方向进行讨论、行动。

我们亦会继续以不同的方式向大家发放更多关于咖啡店的信息，呼吁大家作出负责任的选择。虽然 Starbucks 已经进驻，但现状并非不能改变，多个国家的群众正在/ 曾经对 Starbucks 进行各种抵制及消费者行动，如英国的群众多年的抗争，发起抵制行动，在 Starbucks 门外派发单张、示威等，最终迫使 Starbucks 于英国全线转用公平贸易咖啡豆。除了用脚表态外，我们更要寻求，各种可行的集体行动。

附：“有关善衡咖啡店事件之声明”（更正）

香港中文大学善衡书院学生会全体会员：

善衡咖啡店于二零一二年十月九日正式营业，于其正式营运前，消息甫传出，随即引起激烈讨论。有见及此，香港中文大学善衡书院学生会干事会起衡（下称本会）特就此一事件作出相关声明。

首先，本会必须先作出有关咖啡店之澄清。善衡咖啡店之名称为 Petit Café，而非外界一直所指之 Starbucks。此一咖啡店之来源应追溯至二零一一年，书院方面进行饭堂膳食之招标，得标者为美心集团。在签订合约时，其中就包括美心集团在何善衡馆范围内开启咖啡店之条文，而现时何善衡馆整个食堂之营运权归于美心集团。据香港中文大学学生会之说法，该会早在其时就得悉此事。



在本年八月十五日，香港中文大学学生会接触本会，释出对于此一咖啡店之疑惑，忧虑其售卖之货品来源并不公平，以及本会会员并无选择权利。本会成员在该次会面已清晰表明本会所面对之境地，以及重新该会提醒合约已于二零一一年签订。在该次会议当中，该会出席者包括香港中文大学学生会会长、香港中文大学学生会出版委员会副总编辑，以及香港中文大学学生会校园电台编辑委员会之代表等。于会议中，香港中文大学学生会会长表示假若善衡咖啡店之名字为 Petit Café，他们并不会对咖啡店售卖何种产品，甚至是 Starbucks 旗下之饮料，作出任何反对，与会之代表对此亦无任何表示。

同时，本会亦理解香港中文大学学生会之忧虑，所以在本会能力所及之范围内，进行了有关这一咖啡店的座谈会以及举行投票。在是次投票中，百分之四十七（47%）之同学投选支持售卖 Starbucks 之咖啡，百分之三十二点七（32.7%）之同学投选支持只售卖公平贸易认证及 C.A.F.E. (Coffee and Farmer Equity) 咖啡和农民权益认证的 Starbucks 咖啡。及后，本会将此投票结果正式交予书院方面及美心集团表明同学的意见与本会之立场。

对于有同学质疑是次投票之真实性，本会现作出解释。一如上文所述，美心集团拥有何善衡馆之场地营运权，是次投票所针对的并非该一咖啡店能否开业。其主因乃合约本身已赋予集团营运任何餐厅、茶座或咖啡店之权利。因此，本会在此重申，投票的目的在于找出同学对于售卖何种咖啡之意向。

现时，善衡咖啡店所售卖之咖啡全为公平贸易认证及 C.A.F.E. (Coffee and Farmer Equity) 咖啡和农民权益认证的 Starbucks 咖啡。在不能更改合约的情况下，争取只售卖有相关认证之咖啡已是本会职能所及之最佳结果。而善衡咖啡店现正售卖之产品中，只有咖啡是使用 Starbucks 品牌。

本会在近日多次联系香港中文大学学生会开会，旨在讨论于社交网络上多种失实之言论，以及说明本会接下来之行动。惟该会拒绝与本会面谈，对此本会感到极度遗憾。本会基于外界以及善衡同学均对是次事件并不全然了解，除却这一声明外，亦已正式提呈香港中文大学善衡

书院学生会代表会，该会将根据香港中文大学善衡书院学生会之会章，举行咨询会和全民投票。相关详情将由该会于稍后公布。

香港中文大学善衡书院学生会干事会

起衡 谨告

二零一二年十月十日

（香港中文大学学生会，宗旨为“本民主自治精神，为团结各同学，促进德、智、体、群、美之发展，谋求福利之增进，沟通同学与校方之关系，以及服务社会”。原文链接：https://www.facebook.com/notes/%E4%B8%AD%E5%A4%A7%E5%AD%B8%E7%94%9F%E6%9C%83-cusu/%E4%B8%AD%E5%A4%A7%E5%AD%B8%E7%94%9F%E6%9C%83%E5%8F%8D%E5%B0%8Dstarbucks%E9%80%B2%E9%A7%90%E4%B8%AD%E5%A4%A7%E8%81%B2%E6%98%8E/429997273729354）

【返回目录】





【论】

6-3 曲如晓、赵方荣：公平贸易运动——全球化背景下更具社会经济责任的贸易潮流



“作为一种社会贸易运动，公平贸易是如何运作的？生产者、企业和非政府组织如何参与其中？ 它的发展存在什么问题？”

公平贸易（fair trade），是二十世纪后半崛起的国际性社会运动，作为一种以消灭贫穷为目的的新型贸易关系，经过参与者 50 多年的努力，以及道德意识的不断提高和产品种类的不断扩大，在目前经济全球化的背景下得到深入的发展。相对于自由贸易的概念，公平贸易提倡用贸易而非捐赠的形式消灭贫穷，重视全球贸易链条中的劳工、环保和社会公平问题，关注贫困的、弱势的生产者，确保他们获得合理的收入，从而维系和改善生计，获得发展的权利。公平贸易涉及的产品主要以工艺品和农产品为主。作为一种社会贸易运动，公平贸易是如何运作的？生产者、企业和非政府组织如何参与其中？它的发展存在什么问题？ 本文对其进行探讨。

一、公平贸易运动的发展演变

公平贸易开始于 20 世纪 40 年代，其提倡者为了援减南方国家的极度贫困，试图通过与生产者与劳工的紧密合作，使他们经济上自给自足，缩小南北贫困差距，降低经济全球化对发展

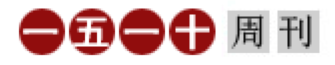


中国家所带来的负面影响，以促进国际贸易的公平性。从纵向来看，公平贸易的发展经历了三个历史阶段：

第一阶段为 20 世纪 40—50 年代。公平贸易的起源可以追溯到 1946 年，美国门诺派教会中负责社会服务、救济与发展的部门，分别从波多黎各、海地等贫穷村落进口一些当地的编织或木刻等手工艺品，然后分销给教友或社会人士。这样做，是协助农村的人，尤其是弱势的妇女脱贫。这只算小型、私下、善意的作法，但也是公平贸易在美国的一个倪端。门诺派教会随后，于 1958 年设立起工艺品专卖店。在欧洲，英国的"乐施会"(Oxfam)是其中的先驱。它早在 1950 年代末期，在香港协助把穷人的工艺品，通过在英国乐施会的商店销售出去。但这个时期的公平贸易除了表明捐款目的外，几乎没有别的功能。产品不外乎是手工艺品，从黄麻制品到十字绣，其中的绝大部份都在世界商店（Worldshops）销售。

第二阶段为 20 世纪 60—70 年代。真正把公平贸易拉上全球舞台是 1960 年代末。主要是由于北方国家社会运动及南方国家反对新帝国主义的政治运动的兴起，尤其是 1968 年联合国在印度德里的第二届"贸易与发展会议"(UNCTAD)中，发出了"要贸易，而非援助"(Trade not Aid)的呼声。要求联合国协助建立公正的南北贸易关系，而不再只是北方国家获取国际贸易中的绝大利益。因此，到 1960 年代末期，公平贸易已具备大致清楚的方向和初步的运作。倡导者多为欧美的慈善及宗教组织。这些团体在 1969 年，也首度成立起公平贸易商店，专售南方国家农村的工艺品。乐施会"贸易要公平"(make trade fair)的行动，也快速传播到邻近欧洲国家，一些关注南方小农脱贫的团体，也设立起"第三世界商店"进口蔗糖。1970 年代，在欧洲出现大量公平贸易商店。这一时期，公平贸易达到一个小高潮，这一方面是由于欧美社会对公平买卖工艺品的需求，快速提升，异国情调的产品，为生活起居的环境添加了新意与实用。另一方面，南方国家的许多小农生产者或组织，如合作社、农民协会等，积极性也被调动起来。然而当时这种贸易思想比较激进，它将公平贸易与传统贸易对立起来，试图通过世界商店在传统贸易所占领的主流市场之外寻找另一个市场，并逐渐取代传统贸易，占领主流市场。这种激进的贸易思想限制了公平贸易商品市场化及广泛普及。





第三阶段是 20 世纪 80 年代至今。这一阶段的公平贸易与此前的公平贸易有很大的不同，它主张通过一种比较缓和的方式来扩大其产品的市场份额，即在现有的市场中寻求自己的市场，而不是与主流市场对立起来，在主流市场之外来寻找市场。这便是现代意义上的公平贸易，它有两大主要特点：

一是在经济全球化背景下非传统贸易组织（Alternative Trade Organization，ATO）开始大规模联盟。欧洲公平贸易协会（European Fair Trade Association，EFTA）就诞生于这一时期，它由来自 10 个欧洲国家的 13 个非传统进口组织组成，其主要任务是通过游说，将公平贸易的原则延生至欧洲的一般贸易实践。1989 年，由 47 个国家 150 个组织形成的国际非传统贸易基金会（International Federation for Alternative Trade，IFAT）成立，它的主要使命是通过贸易和信息交换改善弱势群体的生活条件。1997 年，国际公平贸易标签组织（FairTrade Labeling Organization International，FLO）成立，它的总部设在德国柏林。FLO 及其成员组织主要负责标签产品的认证，向符合公平贸易原则的生产商和进口商颁发认证标签。公平贸易组织的大量出现及融合并没有完全排挤非传统贸易世界商店存在。1998 年更广泛的联合促使了 FINE 的诞生，它是由国际公平贸易标签组织 FLO，国际非传统贸易基金会 IFAT，欧洲世界商店网络 NEWS（Network of European Workshop，NEWS）和欧洲公平贸易协会 EFTA 组织组成，FINE 是这些组织英文名的首字母的缩写。

二是公平贸易标签（Fair Trade Label）开始出现并广泛应用。虽然公平贸易概念已经出现了 50 多年了，但是正式的标签策划直到 20 世纪 80 年代后期才被使用。直到第一次的公平贸易标签行动开始，公平贸易商品的销售量才真正的大增。从某种意义上来说，公平贸易标签的出现使公平贸易实现了跨越式的发展。

公平贸易标签是一个总的概念，是公平贸易标识的全称，包括各种公平贸易标识，如 Transfair，Max Havelaar，Fairtrade Mark。Max Havelaar 是最早的公平贸易标识，1988 年，芬兰的 Max Havelaar 基金会发起了第一个公平贸易消费者保护标签。1992 年，由 CAFOD、基督救济会（Christian Aid）、乐施会、Traidcraft 以及世界发展运动（World Development Movement）组成的公平贸易基金会（Fairtrade Foundation）在英国成立。1994



年，该基金会推出了其第一个带有公平贸易标识（FAIRTRADE Mark）的产品。为了统一公平贸易标签，1997 年由包括英国、法国、德国、比利时在内的欧洲 13 个国家和美国、加拿大、日本等国的公平贸易组织联合组织——国际公平贸易标签组织（FLO）成立，它是公平贸易标准制订和认证的主要机构。2002 年，国际公平贸易组织发行了一个新的国际公平贸易标识，发行这个标签的作用主要是提高该标签在超市货架上的识别度，便利跨境贸易，以及为进出口商简化出口程序。公平贸易标识的使用促进了公平贸易市场的扩大，除了现有市场的扩大外，新的市场也不断地开放发展起来了。2007 年，公平贸易最大的市场——美国和英国市场分别增长了 72%和 46%。瑞典和挪威分别以 166%和 110%的增长率成为增长最快的市场，瑞士是世界上平均消费量最高的国家，该国消费者平均花费 14.25 欧元买公平贸易产品。由于标签的使用，公平贸易产品的种类也出现了多样化，由传统的咖啡、可可、茶发展到果汁、白酒、香蕉、鲜果、干果、糖、大米、蜂蜜、花束、棉花等。2007 年，果汁的销售额几乎翻了两番，糖增长了两倍，香蕉增长了 72%。老牌公平贸易产品咖啡依然稳定增长了 19%。发展中国家的棉农见证了他们的产品——公平贸易棉花的需求一年之类增长了 2 倍的奇迹。

2001 年，FINE 对公平贸易进行了定义：公平交易是一种基于对话、透明及互相尊重基础之上的贸易伙伴关系，它旨在追求国际交易的更大公平性，以提供更公平的交易条件、确保被边缘化的劳动工人及生产者的权益（特别是南半球）为基础，致力于永续发展。在交易关系中，公平交易运动倡导支持以下一般原则与做法：为经济弱势的生产者创造机会；商业关系的透明度及可责性；生产者的能力建构；公平价格（fair price）和社会溢价（social premium）的付款；性别平等；健康安全的劳动条件；环境保护。这是目前最权威的公平贸易定义。

二、公平贸易的运作方式

公平贸易运动的主要目的是确保发展中国家的弱势生产者的合理收入，改善贫困状况。在公平贸易中，预期受益人群可以分为两类，一类是小生产者，他们拥有自己的土地，能够独立自主地进行农产品的生产、销售，从进出口商那里获得销售收入。另一类是劳动工人，他们为大型农场或种植园工作，取得劳动报酬。在实践中小生产者和劳动工人参与公平贸易活动的形式有所不同，一种为分散的小生产者参与形式，一种为种植园形式。

图 1 为小生产者形式，发展中国家的小生产者将收获的咖啡、可可、香蕉等农产品出售给当地的公平贸易组织（Fair trade organization）——合作社（Co-coperative），从合作社那里得到公平贸易价格（fair price）和社会溢价（social premium）。合作社再将这些农产品卖给出口商和进口商，并从进出口商那里获得上述两项收入，出口商和进口商通过批发和零售的形式将这些产品出售给超市、专卖店、世界商店、零售商或消费者。这样，贸易过程中产生的商品流和收入流就以相反的方向通过非传统贸易渠道流向了各自的归属——贴有公平贸易标签的农产品从小生产者流向了发达国家市场，而公平价格和社会溢价则从发达国家的消费者流向了发展中国家。

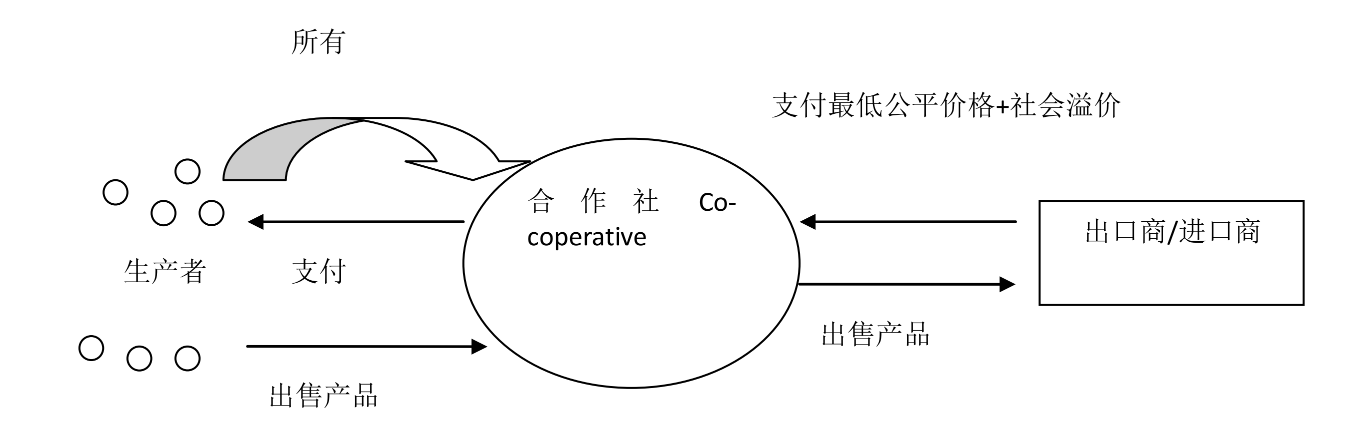


图 1：小生产者参与形式的公平贸易（合作社）

种植园形式与合作社形式稍有不同，劳动工人没有生产资料，不是自主的生产者，他们向大型种植园出售自己的劳动力，这些种植园都参加了公平贸易组织——联合组织（Joint Body）。劳动工人为种植园工作，同时在联合组织中具有选举权——投票决定社会溢价该如何使用的权利。种植园将其产品卖给进口商或出口商，进出口商将公平贸易价格支付给种植园，并将社会溢价给联合组织。种植园付给劳动工人合理的报酬。联合社会与劳动工人共同决定社会溢价的使用。



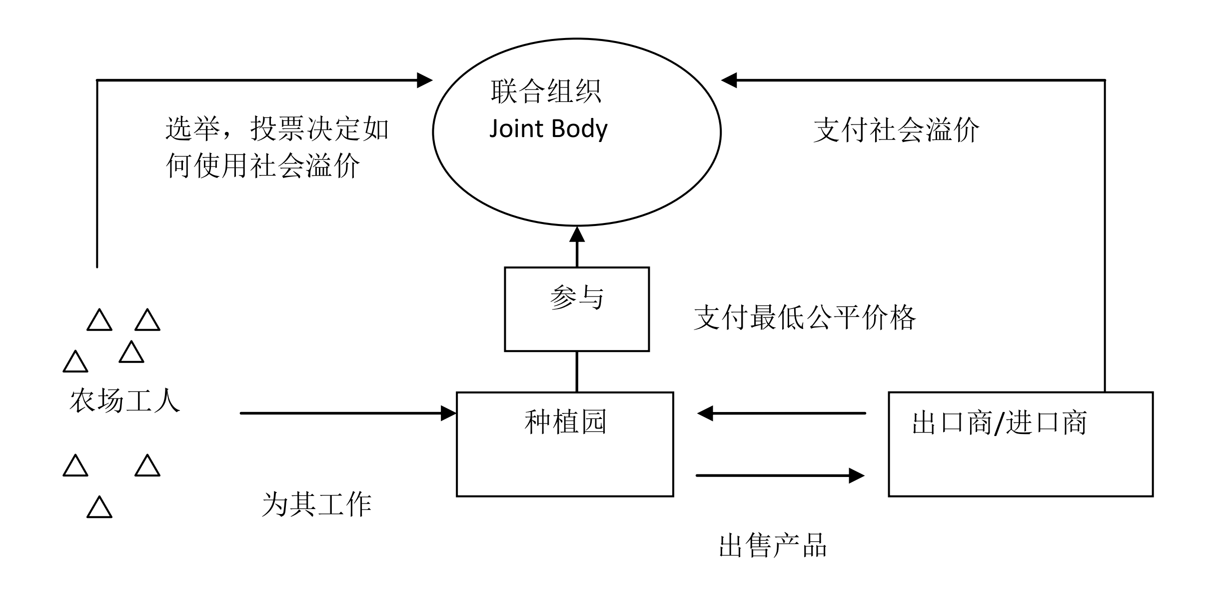


图 2：劳动工人参与形式的公平贸易（种植园）

由于小生产者和劳动工人是公平贸易的预期受益者，他们必须符合公平贸易组织的相关规定，通过认证才能成为公平贸易产品的供应者和生产者。同样，公平贸易产品的购买者也必须遵守一定的规范，才可以进行公平贸易活动。例如，想要通过国际公平贸易标签组织（FLO）的认证，成为公平贸易咖啡的供应者，生产者必须满足下列条件：（1）小规模农场主必须参加民主组织；（2）种植园或工厂的工人拥有参加工会活动的权利，并且能够得到体面的报酬、住房，以及安全卫生的生产条件；（3）无强迫劳工和童工；（4）有促进环境可持续发展的计划。而如果想要使用公平贸易标签，咖啡进口商必须符合下列条件：（1）必须通过购买协议从种植者组织直接购买，并且这个协议要超过一个收获周期；（2）进口商必须支付最低价格（1.26 美元每磅）和溢价（0.5 美元每磅）；（3）进口商必须预支合同总金额的 60%。

近年来，公平贸易组织的数目增长迅猛。据统计，2005 年，50 多个国家的 100 多万生产者和劳动工人参加了公平贸易生产者认证组织。获得认证的组织从 2004 年的 432 个增加到 2005 年的 508 个，增长率为 18%。通过公平贸易运动，许多贫困者摆脱了贫困。

三、公平贸易发展存在的问题与挑战

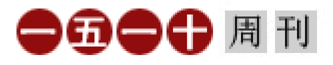
公平贸易运动从最开始的南北对话的政治工具，从国际贸易中保护弱势群体利益的协调器，逐渐自上而下演变为一场持续的、深远的社会文化运动。尤其在公平贸易迅猛发展的十年间，更多主流商业企业加入公平贸易的动力来自于消费者的压力。与传统的主流商业体系相比较，公平贸易无疑是一种另类市场模式，它不是以单纯的利益驱动为基础构建自己的商业模式。很大程度上，这种姿态是理想主义的，是对自由市场秩序的冲击。回顾公平贸易的主流化进程，正是这种冲击为主流商业体系带来了新鲜空气，从英国玛莎斯宾赛超市规模化采购公平贸易产品，到星巴克的公平咖啡采购计划，我们看到主流商业体系内部的公平贸易通道，在逐渐帮助建立一种更健康、更负责任、更加可持续发展的商业环境。

虽然公平贸易获得了瞩目的成就，但伴随着公平贸易的实践，各种争论的声音也一直没有停歇，目前其发展仍面临的许多挑战和争议。表现在：

（一）公平贸易究竟意味着什么?

从自由贸易的角度来看公平贸易运动，二者之间在理念上会产生一些冲突,孰是孰非是一个很值得充分讨论的话题。有学者认为，推广公平贸易的目的和精神是不错的，但是论其目的和结果可能会存在着一定的差异。从现实看，目前的国际贸易关系的确存在一些不公平的因素。一是发达国家对农产品进行补贴，日美一些大的企业，还在人为地对一些发展中国家的农产品、或是压低一些初级产品的价格。从这个角度看，公平贸易坚持为农民保证最低价格水平是合理的，但是这样做的确违背了最基本的商业规则——价格应该是供给和需求增减变化的信号。从以市场为基础的价格信号系统到最低地板价格的转变是与主流经济原则背道而驰的。这种不公平，是否应该用另一种不公平来纠正?公平贸易的产品价格高于普通的自由贸易的产品价格，这对于消费者来说，就是另外一种不公平。二是消费者即使是出于一种扶贫的意愿，或是慈善的意愿来购买这种产品，它仍然不是一种正确的市场价格产品，高于市场价格，也是一种扭曲。 如果说农业补贴是一个扭曲的自由贸易、扭曲的市场价格，那么我们现在所说的这个公平贸易，就是用另外一种对市场价格的扭曲来改变这样一种扭曲，这两种扭曲中和起来对市场来说意味着什么？





（二）公平贸易能够在多大程度上实际改善农民的生活？

南方国家的中小生产者由于参与了公平贸易，获得了与以往任何扶助方式均不相同的能力建设平台。如南方国家的许多生产者合作社，农民利用从公平贸易中获得的社区发展基金，组织技术培训，改建社区基础设施，并进行市场能力建设。而对南方国家的诸多生产国而言，以主要农产品出口增加及生产者的综合能力提升为基础，公平贸易成为其地区经济一体化，及国内市场建设的重要工具。但是现行体制下公平贸易对发展的潜在贡献程度仍然存在着争论，包括受益人群、受益产品的数量和种类方面的局限性。目前公平贸易对合作社的供应量的限制制约了企业参与公平贸易的可能性。早期研究表明，在某些案例中，公平贸易的受益程度受到需求不足的制约，并且有时候农民根本就不清楚公平贸易是如何运作或合作社是如何由分配公平贸易收入的。例如大多数咖啡是在大的种植园生产出来的，许多无地工人为种植园工作，这些无地工人的状况比那些有地的小生产者差得多。目前，公平贸易潜在地为那些没有获得认证的种植者创造了一个拥有和缺失（haves and have-not）的情形。如果大型农场有资格获得公平贸易认证，那么更多的农民将会受益，并且企业的参与度会极大的放开。但是，这与公平贸易运动的核心原则和发展历程是相违背的，并且不会轻易地被倡导者所容许，他们都是将公平贸易与合作社紧紧联系起来的。另外，长期以来，发展中国家出口的农业产品本身没有任何变化（不像工业制成品如汽车、计算机和照相机），它的附加值很低，这就使得在总体价格上很难为生产者增加新的价值。所以公平贸易的多大程度上能够实质性地改变农民的生活，目前仍然存在疑问。

（三）公平贸易是否能成为主流贸易?

虽然公平贸易过去十年内发展迅速，而且有不断加速的趋势，特别是一些日用品，如咖啡之类，公平贸易产品可说是升势凌厉，其中一个重要原因是咖啡专门店的兴起。像星巴克这样的咖啡店连锁集团在所有发达国家中都有长足的发展，他们对咖啡豆的总采购额由 1996 年的 2%增加到 2007 年的 40%，而这些咖啡店由于利润丰厚，较能付出相对较高的价钱来购置咖啡豆，为公平贸易咖啡提供了一个突破的空间。在英国，专门出售公平贸易产品的 Caf Direct





已成为英国第五大咖啡贸易商。但是公平贸易产品现在占有关产品市场的比例仍然很小，只是基尼市场，如何进入主流市场是未来面临的重要挑战。

参考文献

[1] Farnworth C, Goodman M, Suma N, et al. Growing ethical networks : the fair trade market for raw and processed agricultural products (in five parts), with associated case studies on Africa and Latin America. Background paper for the WDR. 2008: 1-44.

[2] Jaenichen T S S. The fair trade idea: towards an economics of social labels. J consum policy. 2007, 2007(30): 201-217.

[3] Maggie Burns M B. Approaches to ethical trade: impact and lessons learned. Natural Resources and Ethical Trade Programme (NRET). 2000: 1-30.

[4] Mick B. Ethical trade: A review of developments and issues. Third World Quarterly. 1999, 20(4): 753-770.

[5] O'rourke D. Multi-stakeholder regulation: Privatizing or socializing global labor standards?. WORLD DEVELOPMENT. 2006, 34(5): 899-918.

[6] Raynolds L T. Forging new consumer/ producer links in fair trade coffee networks[J]. Sociologia Ruralis. 2002, 42: 404-424.

[7] Renard M. Fair trade: quality, market and conventions. Journal of Rural Studies. 2003, 19(1): 87-96.

[8] Richard D, Richard H. An information systems perspective on ethical trade and self-regulation[J]. Inf. Technol. Dev. 2003, 10 (2): 123-138.

[9] Barrientos S. Globalization and ethical trade: assessing the implications for development. Journal of International Development. 2000, 12(4): 559-570.



（曲如晓，北京师范大学经济与工商管理学院教授、博士生导师，国际经济系主任。赵方荣，北京师范大学经济与工商管理学院世界经济硕士，现任北京中期交易服务中心高级分析师。原文链接：https://cochina.org/2012/10/公平贸易运动/）

【返回目录】



【径】

6-4 刘瑜：大家好才是真的好



“有时候，我会感到奇怪，当爱国愤青们对“购买日货就是支持日本军国主义”这种似是而非的逻辑而热血沸腾时，为什么这个国家里没有更多的消费者，对更显然的“消费责任”，比如抵制本国的血汗工厂，抵制某些企业对环境的严重破坏，呼吁改善那些给我们盖房子修马路的民工的生存条件，表现出同样的激情？”

“消费者权益”这个词现在已经深入人心了，尤其在伪劣产品盛行的当代中国。相比之下，”消费者责任”这个词却似乎令人感到陌生。“消费者责任”？消费者的责任不就是交钱吗？大多数人也许会这么说。

在美国，有一批人却不这么看。在他们看来，消费者的消费行为，不但是一种经济行为，而且是一种政治社会行为。当你明知某些产品（服务）来自于血汗工厂或者它们的生产过程严重破坏环境、残害动物、有悖伦理时仍然去购买它，那么你就是“不负责任的消费者”——就算你交了钱。最典型的例子，莫过于动物保护主义朝穿皮草大衣的人身上泼颜料。就近举一个中国的例子，就是某些反日爱国主义者们的“抵制日货”行为。

问题是，在一个生产和消费已经被割裂的经济体系里，我们怎么知道哪些产品是“清白”的呢？就算我们知道，又为什么要在乎这些产品中的“政治社会内涵”呢？

我想说说今天坐地铁时看到的一个广告。



坐在波士顿的地铁里，我对面贴着一个大广告，一杯浓浓的咖啡上倒映着一个拉美农民的笑脸，下面是一行字："A good cup of coffee starts with the farmers"（一杯好的咖啡从农民开始）。旁边是公司名称：Equal Exchange（平等交易）。公司名称下面是一个词组：fairly traded（公平地交易而来）。

"Fairly traded"这个词在这里并不是一个泛泛的自夸，而是一个专门术语。这个术语的含义，得从西方的"咖啡公平交易运动"(Fair Trade Coffee Campaign)说起。

众所周知，美国人爱喝咖啡，目前全世界四分之一的咖啡是被美国人喝了。而咖啡的主要生产国不是美国，而是哥伦比亚、哥斯达迪加、墨西哥、巴西等发展中国家。我们在星巴克买一杯"latte"要三、四块美元，但是如果按照市场价格，再刨去中间商的利润，拉美农民卖一磅咖啡豆才拿到 40 美分左右。由于这个价格，许多咖啡农一年下来才 600 美元左右的收入，往往入不敷出。

"咖啡公平交易运动"正是在这个背景下产生。由美国一些劳工 NGO 和"有责任心的消费者"共同推动。由于他们的努力，美国从 90 年代末起建立了'公平交易证书"制度。在这个制度下，加入这个体系的咖啡进口商必须以 1.26 美元一磅的价格，绕过中间商，直接从咖啡农合作社手中购买咖啡。与此同时，一个叫 Trans Fair USA 的独立公证机构，给该进口公司颁发公平交易证书。1.26 美元一磅的价格，是以前收入的三倍左右，由此受益的咖啡农收入明显提高，摆脱了极端贫困。对于咖啡进口商来说，它花远远高于市场价的价钱收购咖啡，有什么好处呢？可以说，几乎没有——除了象"Equal Exchange"那样，在他们的广告里打上小小的一行字：fairly traded（公平地交易而来）。

然而，与经济学家的"完全理性人"假定不同，道义在人们的经济行为中是有一席之地的。很多有"消费责任感"的消费者宁愿花稍高的价格购买"清白"的产品，而不愿花稍低的价格买"肮脏"的产品，而对商家来说，一部分经济损失所换取的道义形象最终可能带来更多的经济收益。这也是为什么"咖啡公平交易运动"能够成长迅速。就拿美国最大的咖啡连锁店星巴克来说，2001 年它刚加入"公平交易证书"体系时，其购买的"公平咖啡"一年不到一百万吨，但是到 2005 年时，已经达到了一千一百万吨。这些咖啡明确打出"公平地交易而来"的标签，同时也以更高



的价格销售，星巴克之所以能够连年加码购买这些咖啡，正说明了大量“有责任感”的消费者存在。

许多其他的咖啡进口商，也纷纷大量购买“公平咖啡”。从 1999 年“公平交易证书制度”在美国开始实行到 2005 年，已经有七千四百万吨咖啡在这个体系下完成交易，穷国的农民由此受益的总额为六千万美元。与此同时，公平交易证书制度也在向巧克力、茶、大米、水果等其他初级产品扩展。在这个经济全球化的时代里，“公平交易”（fair trade）越来越成为一种与“自由交易”（free trade）相对应的一种制衡性市场力量。

“消费者行动主义”（Consumeractivism）不是一种全新的事物。用集体购买力来表达政治意见、改善社会状况，有源远流长的传统。早在南北战争以前，就有一些废奴活动家组织”自由产品商店”，只卖自由民生产的产品。上个世纪 30 年代的时候，为了反对日本侵华，美国就已经有了抵制日货运动。现在，在这个经济日益全球化的时代，许多美国消费者“喝水不忘挖井人”，“喝咖啡不忘种咖啡人”，是对这种“消费者行动主义”传统的延续。实际上，“咖啡公平交易”运动只是更大的公平交易运动中的一支，与之呼应的，还有“反对服装制品血汗工厂”运动等等——其中有一些运动，针对的恰恰是保护中国东南沿海一些血汗工厂里的“打工仔”和“打工妹”。

许多人观察美国社会时，容易强调其霸权主义、商业主义的一面，却不大重视这个国家源远流长的“理想主义”政治文化传统。完全社会自发的、为万里之外的拉美农民、中国民工权利而斗争的公平交易运动正是这个理想主义传统的一个小小注释。当然，理想主义要真正成为一种社会力量，是需要一定的政治、社会基础的，比如 NGO 的高度发达，比如一定的经济发展水平。

不过，对这些运动的效果不能过高估计。毕竟，商家也好，消费者也好，主要是“经济人”——他们可以为“公平咖啡”付稍高的价格，但是不可能高到“亏本”或者“无法承受”的地步。就拿星巴克来说，“公平咖啡”仍然只占其咖啡总购买量的一小部分，而且其价格差大多转嫁给了消费者。如果让完全主张经济自由主义的经济学家来判断，他甚至可以批评说，“公开交易证书”体制实际上是扰乱了市场经济中的价格信号，从而破坏了资源配置的最优化。



但是，资源配置的最优化，不可能因为价格信号而一夜完成，传统的经济模式，社会结构，环境资源禀赋、政治条件、信息成本等等都可能顽强地抵制价格信号，这就决定了经济的转型会是一个漫长、痛苦的过程。在这个过程中，给相对脆弱的初级产品生产者适当的道义帮助，虽然不一定是最“理性”的经济行为，却可能是最“道义”的社会行为。毕竟，在一个我喝的咖啡可能是一个哥伦比亚农民生产的、你开发的软件用户可能是一个英国学者、他生产的牛仔裤将要被一个乌克兰大学生穿上的全球化世界里，人与人之间的道义联系也应当与经济联系的强化相适应。

每次在中国听见熟人朋友说“中国什么都便宜”，“雇一个保姆才 XX 钱”，“按摩一个小时才 XX 钱”，“买一斤蔬菜才 XX 钱”，我都不知道该高兴还是难过。从消费者“利益”的角度来说，当然很高兴。但是从“消费者责任”的角度来说，我又深感不安。有时候，我会感到奇怪，当爱国愤青们对“购买日货就是支持日本军国主义”这种似是而非的逻辑而热血沸腾时，为什么这个国家里没有更多的消费者，对更显然的“消费责任”，比如抵制本国的血汗工厂，抵制某些企业对环境的严重破坏，呼吁改善那些给我们盖房子修马路的民工的生存条件，表现出同样的激情？

（刘瑜，清华大学人文社会科学学院政治学系副教授。原文链接：https://cochina.org/2012/10/大家好才是真的好/）

【返回目录】



6-5 陈强：你可以参与公平贸易为你想要的世界投票

“你乐意花更多的钱，购买一个名牌包，或是购买可以让可可种植者生活得好一些的巧克力？”

■公平贸易是对自由市场、自由贸易的反思，在贸易过程减少中间商链条，并且贸易不是为了追求利益最大化，而是为了给生产者提供更公平的回报

■通过公平贸易，建立消费者与生产者之间一种新的、代替资本市场关系的社会信任关系

■公平贸易注定是一个小众的消费形式，不过这并不能削减它存在的意义:它呈现了一种可能性，一种除了自由市场之外的可能性

近来，“菜贱伤农”情形在多地上演：因卷心菜收购价暴跌，山东济南唐王镇一名菜农自杀。据《新快报》报道，在广州租地种菜的江西农妇，因为菜贱难卖出，铲毁菜地喝药自杀。据新华社报道，河南中牟县的芹菜获得了大丰收，菜农们却高兴不起来。据央视报道，蔬菜滞销席卷沪浙，农户心急如焚。

另一边厢，都市消费者并没有同步享受到地板价。“菜贱伤农”、“谷贱伤农”，打击农民种植积极性，接着就是种植面积的减少，导致价格攀高，演变成“菜贵伤民”。

有没有一种可能性，在消费者与生产者之间达成一种平衡呢？公平贸易或许是一种探索。



30 元的咖啡农夫只得 1 元

“你有否想过，一杯价值约 30 港元的咖啡，生产咖啡豆的农夫的收入可能少于一元。”乐施会《公平贸易资源手册》提出了这样一个问题。据专家统计，“在伦敦的咖啡店买一杯泡沫咖啡，要 1.75 英镑，而种咖啡豆的农民，幸运的话，可赚取当中的 5 便士，几乎是三十五分之一。而差价由这条价值链上负责咖啡包装、营销推广、运输、存储、关税和保险等等的贸易者分享。”

中山大学社会学与社会工作系教授张和清告诉《羊城晚报》记者，在一般贸易中，生产者与消费者之间，被一个庞大的中间力量所左右，因为这一庞大的中间力量，消费者需要支付更多的钱购买消费品，但生产者并没有从中得益，相反他们生产的回报被压低，甚至连生产成本也收不回。“咖啡豆的国际贸易就是一个很好的例证，在西方发达国家一杯咖啡卖数美元，而种植咖啡豆的非洲农民只有几美分的售价。”不独咖啡豆。《公平贸易资源手册》指出，这种情况普遍发生于种植香蕉、咖啡豆、可可豆、茶、花生及香料等的农民身上。

“当前多地上演菜贱伤农，也是类似的情况。”张和清指出，在种植蔬菜的菜农与都市消费者之间，也存在庞大的中间环节，“除了批发商、经销商、分销商、零售商，高速公路、物流、石油公司等，都属于获利的中间环节。反而，生产者、消费者的利益没有保障。”《羊城晚报》记者调查发现，流通成本竟然占到了菜价的五成到七成。

上海乐创益公平贸易发展中心总干事陈乐从告诉记者，她在中国西部推广手工艺品的公平贸易时，发现手工艺生产者的加工技能很强，但是对市场却几乎是一片空白，在市场面前没有议价能力，在市场中处于不公平的地位。



把属于生产者的给回他们

公平贸易的出现正是为了改变这种不公平的状况。

在西方，公平贸易是在国际贸易领域起家的，迄今已有六七十年的历史。目前，中国也有产品加入国际公平贸易的队伍，如江西婺源大鄣山绿茶和云南“彩线云南”刺绣等。陈乐丛说：“他们都是由外国人牵头申请认证，直接销往国外，中国扮演公平贸易的生产国角色。”但公平贸易在中国，并不局限于国际贸易领域，一些团体在国内贸易领域也采取公平贸易的理念。在陈乐丛看来，中国存在的城乡贫富差距，东部、中部、西部之间的贫富差距，都是应当促进公平贸易的一个背景。

《公平贸易资源手册》这样描述公平贸易的好处，“公平贸易能让公平贸易合作社的农民和农工，迈向经济自主和提升能力，从而得到稳定的生计和更好的生活”，“通过购买有公平贸易认证的产品，消费者的日常购物活动，转化成有助扶贫的举动，给予农民和生产者合理的回报。”陈乐丛指出，捐款并不是改变贫穷的唯一办法，也不是最好的办法，“公平贸易”可以帮助困难群体从“体面劳动”中获得恰当回报，如乐创益帮扶贵州、四川等地的少数民族妇女加工公平贸易产品，通过自己双手的劳动“自我造血”。

张和清参与创建的“绿耕城乡互助社”，出发点就是扶贫。张和清发现“传统的扶贫形式效果并不好。公平贸易是一个很好的平台，便在实践中加以运用。公平贸易是一种扶贫，我所说的‘扶贫’是指增加生产者的收入。”张和清说：“我所理解的公平贸易更多是一种互助。消费者给予生产者更高的劳动报酬，生产者回报更健康、更符合消费者需求的产品。它不是传统扶贫简单的‘施’与‘受’的关系，而是一直互助关系。”张和清表示，通过公平贸易，建立消费者与生产者之间一种新的、代替资本市场关系的社会信任关系。



百家争鸣：公平贸易是生意还是公益？

张和清告诉羊城晚报记者，公平贸易是对自由市场、自由贸易的反思，在贸易过程减少中间商链条，并且贸易不是为了追求利益最大化，而是为了给生产者提供更公平的回报。陈乐丛说："公平贸易让生产者得到应得的、合理的、最大化的收益。"

在他们两人看来，公平贸易首先是一种公益，市场只是一种手段，商家并不追求利益最大化。张和清以他参与创建的绿耕城乡互助社为例，目前该机构的运作经费来自基金会的支持，而不是从公平贸易中获取，"这是因为我们还处于摸索阶段。但在国际上，有成熟的公平贸易组织，可以通过公平贸易来维系运作，不过它们肯定都不是追求利益最大化的。"

对于公平贸易的公益性，并非没有异议。参与公平贸易的企业负责人表示，"即便是公平贸易，其核心还是'贸易'，买卖是核心关系。它并不意味着要排除利润最大化。"不过，陈乐丛则强调："公平贸易的核心是'公平'，'贸易'、'市场'只是手段。公平贸易从来都不是以盈利为第一目标的。"

衡量公平贸易的公益性，一个重要方式就是对公平贸易产品的定价。根据国际惯例，公平贸易产品的定价会综合考虑生产成本、生活费、认证费用、合理利润、有机种植补贴、质优奖励等因素，基本前提是确保生产者能得到合理的回报，譬如乐施会《公平贸易资源手册》指出，全球超过 80 万种植咖啡豆的农户，由于参与公平贸易，他们的收入往往比传统贸易多出三至五倍。

陈乐丛指出，在中国推行公平贸易，消费者通常更关注生产者的最终收入。她说，乐创益在推行公平贸易的手工艺产品时，就要求加工生产者的纯加工费用起码达到零售价的 10%。"按在一般贸易中，加工费通常只有 2.5%-6%。"绿耕城乡互助社尝试了一种共同协商议价的方式：生产者与消费者组织在一起，开了两天会，生产者摆出他们的劳动、原料等等投入，算出成本，再得出一个价格，与消费者进行协商。



贸易实践：昂贵认证模式惹争议，参与式认证悄悄流行

为了确保公平贸易的公平、透明及问责性，在公平贸易过程中，引入了监察及认证机制。《公平贸易资源手册》指出，每当有公司或团体欲以自己商号或品牌，入口及生产公平贸易标签的产品时，他们均需与当地的公平贸易标签签发机构签署协议，方有权使用该标签。“目前，国际间认受性最高的两套公平贸易认证系统是产品认证（FLO，国际公平贸易标签组织），公平贸易组织认证（WFTO，世界公平贸易组织）。”“公平贸易标签制度的作用，不仅为消费者确保产品符合公平贸易又严守规则的商户，免于因其他不严守标准，并未受独立监察的公平贸易公司鱼目混珠而蒙受损失。”

对于不同产品的生产条件，国际公平贸易标签组织为不同产品制定了不同的公平贸易标准，包括：咖啡、茶、蜜糖、糖、可可、棉花、香蕉、花生、香料、香草、酒、米、果汁、水果、牛油果、花、足球及油籽等。认证要求，所有农产品的生产过程保证健康和安全，不仅包括它是有机产品（不使用化肥），也包括农民和农业工人的八小时工作制以及享受基本劳动保障，让他们在安全和健康的条件下工作，符合男女同工同酬、不使用童工等要求。截至 2008 年，公平貿易标签已经在 20 个国家通行。目前，中国还没有全国性的公平貿易标签签发组织。

认证制度下，生产者须每年向 FLO 交付审核和认证费，收费额高低按审核的复杂程度而定，但价格并不菲。一些产品获得公平贸易认证的费用相对较高，有的第一年高达 1570 英镑，超过 1.6 万元。“这种昂贵的认证模式，引起很大的争议。”张和清参与创办的绿耕城乡互助社邀请消费者参与到生产过程，监督生产过程，最好与生产者协商议价，“我们倡导一种参与式认证。在当前中国信任关系缺失的大环境，重构生产者与消费者的信任关系。”而在目前还没有第三方的认证情况，陈乐丛则强调口碑式认证，建议消费者通过“公平贸易（中国）指南网站 www.iFAIRguide.org”进行监督。



消费者——为你想要的世界投票

去年 2 月，陈乐从将自己的婚礼搞成了“公平贸易婚礼”：婚纱是一位失聪的年轻女设计师设计的，加工者是广州的外来务工人员，婚礼上的饮料、点心都是公平贸易产品。今年 2 月，夫妻二人又办了“公平贸易”纸婚纪念典礼。在 1 年多时间里，有四五位新娘向陈乐从表达了举办“公平贸易婚礼”的意愿，但最后却都因为种种原因未能遂愿。“到目前为止，还是只有我一个人举行了这样的婚礼。想起来是一回事，做起来又是另一回事，当前中国公平贸易产品尤其是婚礼产品，并不是很多。”

据张清和介绍，公平贸易这几年在中国有不少尝试，其中广州、上海、北京比较集中。“但目前还不是成气候。中国公平贸易，更多是手工艺品。”陈乐从指出，公平贸易在中国已是第 10 个年头，但知道的人实在太少了。在她看来，中国公平贸易市场还处于起步阶段，还有一段遥远的路途要走，她希望开发出属于中国的“公平贸易认证”。

你乐意花更多的钱，购买一个名牌包，或是购买可以让可可种植者生活得好一些的巧克力？“希望更多的消费者参与到公平贸易当中。每次你花的钱，其实都是为你想要的世界投票。”在陈乐从看来，中国公平贸易能够枝繁叶茂，关键在于培养消费者的公平贸易意识。张和清回忆道，七年前开始推行公平贸易时，人们不知公平贸易为何物，现在则有更多的消费者主动找到自己购买公平贸易产品。

但张和清也说，公平贸易注定是一个小众的消费形式，不过这并不能削减它存在的意义，“它呈现了一种可能性，一种除了自由市场之外的可能性。近来，人们不断地看到自由市场频发的各种问题，尤其是食品安全问题，我相信在中国公平贸易会越来越壮大。”

名词解读：公平贸易



欧洲公平贸易协会等四个组织组成的网络 FINE 这样定义道：“公平贸易是一种建基于对话、具透明度和互相尊重的贸易关系，其目的是令国际贸易变得更公平。透过给予被边缘化的生产者及工人（以贫穷国家尤甚）更好的贸易条件以及更好地保障他们的权利，从而让他们达致可持续发展。”

（陈强，羊城晚报记者。原文链接：http://www.ycwb.com/ePaper/ycwb/html/2011-06/11/content_1134604.htm）

【返回目录】



6-6 邱花妹：伦理消费：用消费力票选你的价值观？

“如果公平贸易运动对台湾社会有意义，还在于台湾社会如何可能发展出这样的组织，串连各地的生产者、独立商家、社会团体、小区大学、工会等形形色色的组织，形成一个网络，支持不管是国际的公平贸易运动或台湾正岌岌可危的农业发展，支持一种更生态、非劳动剥削、更趋向在地化的消费与生活方式。如此，我们尝试鼓吹的，决不能只是资本主义社会下的一种消费行为而已。”



公平贸易成主流

为庆祝过去十年，公平贸易在英国快速成长。2004 年 3 月，“公平贸易基金会”推出为期两周的促销活动。超过六千个活动地点，同步在英国各地举办促销活动。我就读的爱赛克斯大学一时间也多了许多海报，“保障第三世界生产者好价格”（Guarantees a better deal for Third-World Producers）的海报，搭配学校商店与咖啡店的促销活动，还有摊位提供免费的公平贸易巧克力、饼干、茶包与咖啡，供大家品尝。品尝之余，摊位上的学生义工要求大家加入联署，以支持公平贸易。基金会也带着有我们名字的名册，要求各地商家加入提供公平贸易产品的行列。

公平贸易的精神是：消费者多付一点点钱，以保障价格购买第三世界生产者的产品，消费者不是花钱养肥中间商及跨国大企业，而是让钱直接进入第三世界生产者的口袋。这种诉诸“伦理”的公平交易产品已经成逐渐为英国人最爱的消费形态。根据英国《卫报》的报导，过去十年，公平交易产品以每年 40％到 90％的成长率快速成长，伦理消费（Ethical Consumption）已经逐渐成为英国社会的主流。2003 年一年，英国标示公平贸易产品的消费额突破一亿。公



平贸易的商品也从一开始只有一个咖啡品牌，扩大到 130 种食物，包括水果、果汁、蔬菜、点心、酒、茶、糖、 蜂蜜、核果等等。而这波运动的先驱“直达咖啡”（Cafe Direct）如今已经是英国第六大咖啡品牌。

成功地让越来越多的消费者选择公平贸易的推手是“公平贸易基金会”。1994 年，英国五个关注全球不平等发展的慈善机构，以一笔小额基金连手草创这个组织。十年推动下来，公平贸易产品竟然逐渐成为主流。公平贸易基金会的执行长哈丽雅特・蓝伯说：“这是一个草根现象！这个发展来自一种觉醒的成长，也就是让消费者了解到，今日，大部分食物的价格竟低于它二十年前的价格，不公平的交易让无数人挣扎在生存边缘！”

事实上，公平贸易的产品的之所以能在英国越来越受支持，靠的是无数认同公平贸易理念的社会运动团体与各式社会机构的参与。由教会跟慈善机构主导的公平贸易基金会，在加入大学、学校跟救世军（Salvation Army)、青年旅馆、工会等等各式组织的力量后，网络遍及各地，许多消费者因而有机会接触这些产品、认同这些产品背后的理念。

像是位于英国蓝开郡的小镇嘉斯顿（Garstang)，镇民自豪地宣称他们是全世界第一个“公平贸易镇”。这个小镇总共有一百家公司与社会机构，其中 90 家，包括学校、教会、修车厂、美容院等等，都代为贩卖公平贸易产品。对这个小镇的人而言，销售与购买公平贸易产品，是在生活中，实践追求一个更公平世界的主张。

一般认为，像公平贸易这样的概念商品，大概跟绿色消费一样，以中产阶级的消费者为主力，但是在英国，就是工人阶级的家庭也可能多付一点钱，购买公平贸易产品。住在韦尔斯的琼斯小姐，是一个有三个孩子的妈妈，她在工厂上班，一个月的薪水，不过比英国最低工资多一点，但她总是乐于到合作商店 Co-op，多花 20 便士买六条香蕉、多 40 便士买一罐咖啡。“这不是真的很多钱，不是吗？但是让贫穷国家的人只赚那一点钱是不对的不是吗？消费公平贸易产品，是我们家帮助他们的方法，”琼斯小姐面对《卫报》记者的访问时曾这样说。

目前，英国是仅次于瑞士，全世界第二大公平贸易产品的市场，美国跟欧洲的市场也急速向前冲，2003 年市场成长率高达 30％，销售额突破四亿英镑。1995 年，在针对其消费者进行

市场调查后，Co-op 成英国第一家销售公平贸易产品的连锁合作商店。加入这场伦理消费运动，让 Co-op 不但赚到声誉也赚到钱。Co-op 表示，现在他们每卖出四条香蕉或巧克力罐，就有一条或一罐是公平贸易产品。

十年下来，"公平贸易"产品的销售业绩，体现英国伦理消费运动的成长。但事实上，推广公平贸易产品只是英国伦理消费运动的一环。而伦理消费运动要求的，常不只是第三世界的贫穷问题，同时也广泛地关注生态环境、劳动与人权问题。这波运动告诉消费者，任何更符合公平正义的产品，我们支持它，反之，抵制它！

伦理消费：用消费力票选你的价值观

80 年代，全球最大的环保团体之一"地球之友"，视"消费者运动"为环保运动的主战场。其最成功的一役，莫过于成功地抵制乃至劝服全球八大气雾剂（aerosol）制造商，逐步淘汰使用氟氯碳化物（CFCs）。另一波运动，则成功地迫使可口可乐放弃一个将摧毁伯利兹三千公顷热带雨林的计划。

90 年代至今，光谈绿色消费已经不够。结合对生态环境、劳工、人权等问题的关心，一股"伦理消费"的呼声在西方越来越大声。英国《卫报》分析这股趋势指出，伦理消费者倾向购买不伤害环境与社会的产品。他们也许只买放养家禽的蛋（free-range egg）、购买在地农民的产品以降低运输的能源消耗，他们也可能采取积极行动，主动发掘那些靠剥削童工、破坏生态而获利的产品，并进一步采取抵制行动。

伦理消费运动的活力表现在两方面，一边积极教育消费者，一边运用消费者的集体力量向企业施压。而支撑这一连串消费者抵制行动、改变消费者意识的，是一些将信息透明化并兼具监督作用的消费者杂志或相关非营利组织出版的报告书。

透过追溯“产品背后的生产世界”（world behind the product），消费者有机会了解自己每天消费的商品的“生态足迹”（environmental footprint），觉醒到每个日常生物用品，背后可能带有一连串的生态与社会冲击。

在英国，像是以曼彻斯特为本部的“伦理消费者研究协会”就定期出版《伦理消费杂志》，建议消费者什么产品该买、什么不该买。而通常被建议购买的商品类别包括：有机产品、公平交易产品、节能灯泡、来自再生能源的电力、回收纸等等。而“公司评论”（Corporate Critic）的研究者，则定期研究超过 80 份刊物、摘要企业活动成为易读的概要，每月更新信息。目前，这个组织的研究者已经建立全球三万个公司的摘要。

伦理性投资也成为消费者的重要武器。英国“伦理投资协会”以“独立金融顾问”的角色，提出伦理投资的标准，建议消费者购买伦理性金融商品或投资伦理企业。

透过“正面表列”与“负面表列”，消费者以购买力或金融投资支持伦理性产品，同时，“抵制”不符生态与社会伦理的产品。许多知名跨国企业都曾遭“负面表列”，出现在伦理消费者的抵制名单上。

像美国油品公司 ESSO 至今仍是绿色和平组织、地球之友等团体的黑名单。ESSO 被控破坏全球对改善气候变迁所做的努力。无独有偶，荷兰皇家壳牌石油公司，也因为在尼日三角洲开采造成生态破坏，以及支持尼日利亚高压政权打压当地人权运动，而遭到伦理消费者抵制。英国伦理消费者信誓旦旦地说：“抵制壳牌的行动将继续下去，直到尼日利亚欧格尼（Ogoni）地区的人民，得以公平地分享来自汲取石油的利润，并得到较好的环境。”

其它知名品牌，像是雀巢、星巴克、GAP、耐吉、麦当劳等，都曾因为不同理由遭到抵制或仍被抵制中。尽管采取抵制行动的消费者人数很难评估，但被点名的大企业，很少敢轻忽这股消费者的力量。例如，90 年代中期即饱受批评的耐吉，自 1998 年开始接受协助企业进行永续发展的机构“自然的一步”（Nature Step）的辅导。耐吉依“自然的一步”的永续原则，将变革集中在永续产品设计与提升运作效率，而完全六十五项先导计划与措施。



咖啡商也不敢掉以轻心。2002 年 9 月，英国最大援助团体“牛津饥荒救济委员会”（Oxfam）的报告痛批：全球四大咖啡销售商雀巢、Procter & Gamble、 Sara Lee 及 Kraft，造成贫国两千五百万农夫赤贫、无法得到合理利润。雀巢随后同意将从“管理供应端”（manage supply）进行改善。曾经遭伦理消费者批评使用“由童工、有害杀虫剂及低于生活所需的薪资种出来的咖啡”的星巴克咖啡连锁店为了向消费者示好，则立刻跟进出售“公平贸易”咖啡豆。

消费者运动的限制

当前伦理消费运动的发展方向，恐怕与 1980 年代末，西方世界对绿色消费者运动的反省有关。1980 年代末，英国一场关于绿色消费的辩论，直指消费者运动的潜力与限制。当时辩论的核心问题是：绿色消费者运动真的保卫了环境吗？或者绿色消费者运动只是降低消费者的罪恶感，并且让那些致力于“漂绿”（green wash）的企业获益？“消费得好”（consumer better）就够了吗？还是我们根本应该“消费得少”（consumer less）？当一些环保份子结合绿色企业推动“绿色消费日”（Green Shopping Day）时，同时有人鼓吹“不消费日”（No Shopping Day）。一方相信，透过个别消费者的理性选择，我们可以有一个更好的世界，另一方则质疑，资本主义不断扩大生产与刺激消费、追求最大利润的运作逻辑如果不变，人类生产与消费活动对生态环境的剥削将不会有太多改变。

总结当时对绿色消费者运动的质疑有以下几点：

1. 绿色消费运动误导人们要消费得好，事实上我们还应该消费得少。环境友善的产品将价格提高，绿色产品常是中产阶级的消费风潮。

2. 许多例子显示，企业花更多心思在妆点他们的绿色形象，而不是采取行动。就像壳牌石油，一边在英国捐钱给小区做环境活动，打造企业的环保形象，一边却在尼日利亚剥削当地的生态环境与住民。此外，企业透过广告不断打造其形象，消费者常常被误导等等。



3. 即使企业在消费者与政府的压力下绿化他们的产品，但是他们可能在第三世界继续制造有害环境的产品。绿色消费者运动无法面对第三世界跟富裕世界之间的不平等问题。

4. 绿色消费运动寄托于消费者的自愿选择，这让许多人还是可以消耗自然环境，利伯维尔场跟自然资源的耗尽是并存的。

1980 年代末对绿色消费的反省，似乎进一步落实在 1990 年代伦理消费运动的推进。我们看到当前的伦理消费运动，有更多元的企业监督机构提供信息，以防止企业只会花钱漂绿。再者，伦理消费所提倡的新价值与生活型态，更全面地将当前资本主义社会的病征，包括环境与生态破坏、劳动剥削、不平等的发展与贫穷问题等串连起来，反对新自由主义鼓吹的全球化下，以“自由贸易”为名所进行的各种不公平贸易，以及这个过程中跨国大企业对全球资源的支配。

这波伦理消费运动，其实与 1998 年西雅图反 WTO 运动后，乃至于 2001 首度在巴西举行以与世界经济论坛较劲的世界社会论坛，所串连起的一股反全球化运动，均在不停程度与面向上，对当前资本主义社会的核心价值提出根本性的挑战。可以说，支持这些运动分进合击的一股深层的价值是：“另一种世界是可能的！”(Another World is Possible!)

岂止是一种消费行为而已

反思台湾。我们固然可以鼓励消费者，用钞票票选自己的价值观，但是，支持伦理消费运动岂只是鼓励个别消费者到星巴克买公平贸易咖啡豆而已？我们不能允许像星巴克这样的跨国企业引进一些公平贸易的咖啡斗来妆点门面，而更要去质问他的整个采购流程。或者，更根本的问题是：我们为什么要去这种跨国企业买咖啡？

在英国，公平贸易运动或伦理消费运动，是串连无数社会团体所形成的一股草根力量与运动。如果公平贸易运动对台湾社会有意义，还在于台湾社会如何可能发展出这样的组织，串连



各地的生产者、独立商家、社会团体、小区大学、工会等形形色色的组织，形成一个网络，支持不管是国际的公平贸易运动或台湾正岌岌可危的农业发展，支持一种更生态、非劳动剥削、更趋向在地化的消费与生活方式。如此，我们尝试鼓吹的，决不能只是资本主义社会下的一种消费行为而已。

（邱花妹，英国爱塞克斯大学博士，研究领域为环境社会学、发展社会学（发展理论、全球化与另类全球化）等。原文链接：http://blog.roodo.com/wobblies/archives/9262.html）

【返回目录】



【影】

黑金 *Black Gold* (2006)



导演: Marc Francis / Nick Francis
类型: 纪录片
制片国家/地区: 英国 / 美国
语言: Amharic / 意大利语 / 英语
上映日期: 2006-10-06
片长: 78 分钟
又名: 不公平咖啡

这是一部关于咖啡产业的纪录片。

当美国专业咖啡协会在举行国际咖啡大赛（International Cupping Competition）之时，在咖啡的原产地埃塞俄比亚，农民互助联合会的 Tadesse 正为了种植农能多得到一点点收入而四处奔波；当消费者坐在街头，晒着太阳，品尝着高品质咖啡的时候，种植农正在艰辛地劳作……

埃塞俄比亚是非洲最大的咖啡出产国，超过 15,000,000 的人口依靠咖啡为生，咖啡产业占本国出口收入的百分之六十七。但是，事实上，咖啡种植农们依然一贫如洗。

这部纪录片为我们讲述咖啡从种植农手中最终到达消费者杯中的贸易过程，国际大公司对咖啡价格的操纵，以及埃塞俄比亚的咖啡豆种植者举步维艰的生存现状。



China Blue (2005)



导演: Micha X. Peled
类型: 纪录片
制片国家/地区: 美国
语言: 粤语 / 英语 / 汉语普通话
上映日期: 2006-04-09
片长: USA: 86 分钟 / Canada: 86 分钟(Toronto International Film Festival)
又名: 中国蓝

这是一部关于中国工厂和工人的纪录片。

全球化进程势不可挡，中国工人构成了全世界最大的廉价劳动力资源库，他们也是西方消费的服装等日用品的主要生产者。虽然经由他们之手生产出来的产品往往以高价销往海外，但是他们却在没有任何保障的环境下工作，并且只能获得微薄的工资。

纪录片的主人公，小丽（Jasmine），原以为自己会和自己的父辈一样，一辈子呆在山村里，与稻田和水牛一起渡过一生。直到她看到电视上说：“中国已经进入了新时代，机会在等待着我们。”小丽只身前往广东东莞，在沙溪的 Lifeng 制衣厂找到了工作。本片以制衣厂老板的工作生活和以小丽为主的工厂女工们的生活为两条线索，展现蓝布牛仔裤背后的生产链条。虽然本片双线同时进行的叙述方式明显突出了“老板/工人”的对立，但是片中小丽的工作生活多少都能反映出中国所谓“血汗工厂”里的真实情况。厂里的工人成年累月地持续着一周七天的工作，他们拿不到加班费或者法定的最低保障工资。这样的情况在出口型企业非常普遍。

本片所反映的只是全球化图景中的一个小小部分，而我们每个人其实都是构成图画的一部分，小丽只是千千万万为了生存而忙碌的工人之一，她的故事每天都在重复发生。

【返回目录】



【FMN 新闻】

各地抗议事件

10 月 17 日下午，一名货车司机在四川省**泸州市**龙马潭区红星路死亡，围观群众指是交警打死人，由此引发大规模群体性事件，至少 4 辆警车被烧毁，泸州出动大批防暴警察，事件持续到深夜。18 日泸州警方通报否认打死司机。

新闻：http://fmn.cc/S4slfi

视频：http://fmn.cc/PblLuQ

10 月 18 日上午 8：30，**泸州市**政府就该事件召开新闻发布会，通报中称货车司机辱骂辅警后，还和辅警发生撕扯，随后突发不适死亡。事件中有 7 辆警车被掀翻，警方带离 20 人，官方否认有人员死亡。据悉死者名叫甘俊元，泸州市龙马潭区安宁镇枣子村十二社村民。

新闻：http://fmn.cc/TbyhoX

有媒体报道上周末开始，**海南莺歌海镇**再次发生抗议事件，且民众和警方爆发了冲突，有抗议者被警方抓走，报道还称警方出动了催泪弹。同时 19 日晚间三亚市政府出现数百名群众聚集，尚不知二者间是否存在联系。而官方目前仍没有出面回应这一事件。

新闻：http://fmn.cc/TbyiJr

宁波市镇海区的化工区内的镇海炼化计划扩建，而且项目已经获批，但却因污染、和距离居民区过近等问题遭到当地居民的强烈反对，近日镇海区居民已经举行多次抗议活动，反对扩建计划。10 月 22 日，数百名居民还拉起写有“我们要生存、我们要活命”的横幅游行



抗议，还有居民在街上静坐表达反对。

新闻：http://fmn.cc/TbEwZV

10 月 24 日**镇海区**发布一份说明，称扩建项目符合环保标准，还会投资建造居住区安置居民，不过 24 日上午，镇海区特警遍布，抗议居民依旧上街表达不满。

新闻：http://fmn.cc/TbEr8t

位于甘肃甘南藏族自治州的**夏河县**，近日连发多起藏人自焚抗议事件引发关注，10 月 23 日中午，一名 57 岁的藏人在夏河县中共武装部前点火自焚，成为 4 天内第 3 名自焚的藏人。

至此，因抗议中共对藏人高压政策而自焚的藏人已达 60 名。

新闻：http://fmn.cc/TbEEbL

美国国务院发言人纽兰 16 日证实了今年 9 月份驻华大使骆家辉访问了**四川阿坝**地区，她表示，由于藏人自焚事件不断增加，美国对此“深切关注”，敦促中国政府与藏人进一步开展对话。

新闻：http://fmn.cc/S4t1XN

教师虐待儿童

10 月 24 日，网络上出现一名幼儿园教师双手拎住男孩的耳朵，并将其提起双脚离地，画面中男孩嘴部因疼痛而大张，女教师却面带笑容。据悉，当天颜某体罚学生后让另一老师拍下照片，之后她又将照片发给了家长。照片引起了网友们的愤慨。**温岭**教育局已经开始要求涉事幼儿园进行整改。

新闻：http://fmn.cc/TbF1mD



温岭城西街道蓝孔雀幼儿园女教师颜艳红虐童照片被公布在网络后，引发网友“人肉搜索”，随后，在颜艳红 QQ 空间内被发现有超过 700 张同幼儿园有关的照片，其中，有幼儿头向下被扔进垃圾桶，有儿童嘴巴被用胶带封住，还有儿童亲吻照片，裤子被脱掉等等，各式虐童照片引爆网络，颜某却表示只是“为了好玩”。10 月 25 日，颜某因涉嫌寻衅滋事犯罪，已被予以刑事拘留，另一名参与拍照的女教师童某，因寻衅滋事被行政拘留七日。
新闻：http://fmn.cc/PRmb9E
http://fmn.cc/TbF95N

山西太原蓝天蒙特梭利幼儿园一女老师，因幼儿做不出算术题目，在短短十几分钟内狂扇一女童几十个耳光，其他孩子也受到不同程度施暴。施暴视频在电视上公布后受到网友的谴责。当地也迅速作出回应，当事教师被行政拘留 15 天，涉事幼儿园被取缔，在园 43 名幼儿园正在分流。
视频：http://fmn.cc/SgGObN

十八大相关新闻

10 月 20 日，中国媒体报道了本月 9 日**江泽民**在北京同上海海洋大学校领导会面的新闻，并配发了照片，引起了关注。之后又有报道显示，10 月 18 日，江泽民为其母校扬州中学建校 110 周年题词。
新闻：http://fmn.cc/TbFq8H
http://fmn.cc/T4YbdV

10 月 20 日有报道称，即日起至 11 月 20 日的一个月时间里，**湖北省** 6 万名警察取消休假并进入战时状态，投入十八大安保工作。湖北省还要实施“高频率、多波次、全方位的打击



整治，严打、严防、严查、严管，确保社会治安大局持续稳定。”

新闻：http://fmn.cc/Wy0M7a

中共中央政治局 22 日召开会议，研究拟提请十七届七中全会讨论的十七届中央委员会向中国共产党第十八次全国代表大会的报告稿和《中国共产党章程(修正案)》稿，要把党的十八大报告确立的重大理论观点和重大战略思想写入党章。

新闻：http://fmn.cc/QMpjhS

中共十八大之前，军方高级将领开始调整，中央继续加强**解放军**总部与各大军区、各军兵种高级将领的交流任职，“一批政治可靠、在执行急难险重任务中有突出表现的将领获得重用”。10 月 25 日，国防部网军委总部领导数据库出现更新，解放军四总部领导出现了调整。

新闻：http://fmn.cc/Rcu2x2
http://fmn.cc/TbxtjR

老年人相关新闻

近日**北京**一名百岁老人每天在大学附近卖自己做的鞋垫被好心人所关注。据悉，这名老人每晚 5 点推着近 200 斤重的推车到传媒大学附近摆摊，直到晚上 9 点半才返家，期间晚餐只吃凉馒头，为了避免上厕所还不会喝水。王振荣说子女要么下岗，要么无事可做，愿自食其力减轻儿女负担。

新闻：http://fmn.cc/Ps5QrW
http://fmn.cc/XTFE9z

全国老龄委办公室 18 日发布消息称，2013 年，中国 60 岁以上**老年人口**将突破 2 亿，到



2050 年左右，老年人口将达到全国人口的三分之一，分析称“银发潮”将对中国的经济、社会、政治、文化发展产生深远的影响。

新闻：http://fmn.cc/RYWTCM

10 月 22 日举办的联合国人口基金与全国老龄办联合举办“21 世纪人口老龄化：成就与挑战”论坛上，中国人民大学老年学研究所所长杜鹏调研报告显示，到 2010 年，中国老年人中，有 24.1%主要经济来源为离退休**养老金**。40.7%老人依然主要依靠家庭其他成员供养。此外，截至 2010 年，中国老年空巢家庭共有 4013.5 万户，空巢家庭老年人口至少有 6200 万人，占老年人口的三分之一。

新闻：http://fmn.cc/TbGb1F

“只生一个孩子”的政策却增加了一些家庭的风险，使得“失独家庭”成为社会上较为特殊的一个群体。近年来，一些**失独老人**开始走进寺院，一边在寺院的安养院养老，一边借由宗教的力量求得内心的解脱，这也是他们不得以的选择。

新闻：http://fmn.cc/WEOeLr

本周其他重点新闻

2013 年度**国考**报名已于 10 月 24 日 18 时结束。根据统计，共有超过 150 万人报名，通过审核人数为 138 万人，另外，由于近乎零门槛，最热职位“国家统计局合川调查队业务科室科员”的报名录用比达到 9411：1。对于国考热，一项调查可能说明一些问题，调查结果称，称七成受访者认同“有钱不如有权”。

新闻：http://fmn.cc/PRmhy0

http://fmn.cc/T9wLUI



音乐人左小祖咒位于**江苏常州**的住宅面临被强拆的境遇，他的妻子卞小莉在微博上直播整个事件，引发大批知名人士以及网友声援，目前左小祖咒启程回家，准备保卫自己的家庭。由于妻子被打，网友、记者被不明人士阻拦在村外无法进村，左小祖咒称“成为一个钉子户的模范比当摇滚明星让我更牛，前者难度更高。我还没什么事儿想做不成的呢。”

新闻：http://fmn.cc/TbGutl

近日一部讲述位于**湖南省**的千年鸟道上对鸟类大规模屠杀的纪录片受到网友的关注，向南迁徙路上候鸟的命运受到环保人士瞩目，纪录片的拍摄者透露，当地有的村落，一年捕获的南迁候鸟达 150 吨以上。大规模捕杀候鸟行为，使得“千年鸟道”成了候鸟“葬身之地”。

新闻：http://fmn.cc/TbGMjU

http://fmn.cc/TbGNUK

10 月 22 日，**广州市**纪委 22 日下午通报，初步查明，拥有 22 套房产的广州市城管局番禺分局政委蔡彬曾收受他人贿赂，违法经商办企业，有经济问题，其子已加入澳洲籍。目前，纪委已对其采取“双规”，接受进一步调查。此前网传蔡彬有房产 21 套。

新闻：http://fmn.cc/TbHrSn

因在网上浏览转发评论“负面信息”，呼吁自由，大学生村官任建宇被控“煽动颠覆国家政权”，被劳教的这段时间里，任建宇一家遭遇了前所未有的压力，但由于**重庆**此前因言获罪者众多，废除劳教的呼声也日益渐高，而且方洪等人胜诉的事迹在前，任建宇有可能走出看守所。

新闻：http://fmn.cc/RDfXpK

司法部司法研究所所长王公义在蓟门决策论坛上透露，目前中国被**劳教**人员数量有 6 万多，自我国劳教制度实施以来，被劳教人员最多时达到 30 余万人，最少时也超过 5000



人。

新闻：http://fmn.cc/TbH7mp

山东烟台富士康使用未成年学生工的情况引起各界关注，10 月 17 日富士康承认其烟台工厂使用学生工的情况属实，且部分学生年龄低于 16 周岁的法定工作年龄。富士康称将对惩处失职人员。

新闻：http://fmn.cc/TbH1LD

20 余名京籍人士到**北京市**教委反对放开异地高考，有京籍家长称，“外籍孩子素质极差，打架斗殴带坏了本地小孩。”他们还认为，外籍孩子不断涌入，占用了过多的本地教育资源。上述论点也引发了网络上的争议。

新闻：http://fmn.cc/ONgt7e

因怀疑被中联办政治打压的**香港**数码广播（DBC）于 21 日晚结束一连三日在政府总部的集会及义播，创办人郑经翰公布有超过七万人参与集会，而警方称最高峰时有逾四千人出席。日前有人上载录音到 Youtube，题为“dbc 黄楚标李国宝绝密录音震撼流出”，两日内有近十二万人点击。

新闻：http://fmn.cc/TbHa1y

由于今年以来**浙江**财政收入明显放缓，虽然企业没有利润，但部分地区对企业征税、罚款上加大了力度，甚至开始征收“过头税”，要求将明年的税收在今年缴纳。此外，多个地方非税收收入上大幅增加，可能伴随着乱收费的现象。

新闻：http://fmn.cc/WERd6q

10 月 23 日的中国外交部新闻发布会上，发言人回应**柬埔寨**一名中国籍主管因员工怠工撕



毁西哈努克肖像引发千人游行一事，称，“个别人的这种行径是极端错误的，将由柬方依法予以处理。”24 日晚传来消息，这名撕毁照片的女子被判 1 年监禁。

新闻：http://fmn.cc/TbHgGB

http://fmn.cc/XSOwwn

【返回目录】



此电子周刊由「我在中国」（Co-China）论坛志愿者团队制作。「我在中国」（Co-China）论坛开始于 2009 年 8 月，每月在香港举办一场公开讨论，并借助网路视频直播、文字直播等方式将现场放大至全球任何地方。目前已举办二十余场讨论，嘉宾有艾未未、长平、陈冠中、卢思骋、贺卫方、胡泳、黄耀明、秦晖、欧宁、潘毅、许宝强、叶荫聪、于建嵘、张铁志、周保松等。2011 年 6 月开始，为了丰富论坛主题，我们在固有论坛的基础上开始一个 Co-China X 系列，这些讨论、沙龙由 Co-China 同一些友好团体合作举办，试图将更多有价值的讨论呈现于网路。今年 7 月，Co-China 在香港中文大学举办两岸四地大学生夏令营，主题为「知识青年，公共参与」。Co-China 论坛网址：https://cochina.org/

若希望订阅此电子周刊 doc 版本请发一封空邮件至 cochinaweeklydoc+subscribe@googlegroups.com。

若希望订阅此电子周刊 pdf 版本请发一封空邮件至 cochinaweeklypdf+subscribe@googlegroups.com。

若希望订阅此电子周刊 mobi 版本请发一封空邮件 cochinaweeklymobi+subscribe@googlegroups.com。

若希望订阅此电子周刊 epub 版本请发一封空邮件 cochinaweeklyepub+subscribe@googlegroups.com。

也欢迎大家转发分享。

若希望加入“我在中国”（Co-China）论坛的志愿者团队，请点击这里申请。

论坛网址：https://cochina.org/

论坛 twitter：Co-China 论坛（http://twitter.com/#!/CoChinaOnline）

论坛新浪微博：1510 周刊（http://weibo.com/1510weekly）

编辑：姚梧雨童、丁昕、童亚琦

校订：刘垚

主编：方可成

版面设计：豆弟

配图：潘雯怡

技术支持：毛向辉、冯自强

出品人：杜婷

